



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO

EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

Tesis de Grado

Previa a la Obtención Del Título de:

Ingeniero en Comercio Exterior

TEMA:

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS
ELABORADAS EN EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN ESPECIAL
CARLOS GARBAY M. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA A LOS
ESTADOS UNIDOS, ESTADO DE CALIFORNIA”**

AUTOR:

DANNY FABIÁN MALDONADO CHÁVEZ

RIOBAMBA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS EN EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN ESPECIAL CARLOS GARBAY M. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA A LOS ESTADOS UNIDOS, ESTADO DE CALIFORNIA**” previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el **Sr. DANNY FABIAN MALDONADO CHAVEZ**, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Iván Carrillo
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Bolívar Ricaurte
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **DANNY FABIÁN MALDONADO CHÁVEZ** portador de la cédula de identidad N° 060357816-2, declaro que soy responsable de las ideas, resultados y propuestas planteadas en este trabajo investigativo y que el patrimonio intelectual del mismo, pertenece a la Escuela Politécnica de Chimborazo (ESPOCH).

.....

Danny Fabián Maldonado Chávez

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional y por la confianza que me brindaron a lo largo de mi carrera, logrando cumplir con una de mis metas con valentía y éxito, y hoy entrego a ellos este logro ya que gracias al esfuerzo esto se ha hecho posible, y también a mis hermanos para que este trabajo sea un estímulo de superación para ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a dios, porque gracias a sus bendiciones me permitió terminar exitosamente una etapa más de mi vida. así mismo, agradezco a mis padres por su apoyo incondicional que me dieron durante el desarrollo de la presente; a mi familia por ser la fortaleza en todo momento. en especial a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a la Escuela de Ingeniería en Finanzas y Comercio Exterior, y a los señores docentes que aportaron con sus conocimientos a lo largo de mi carrera.

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

%	Por ciento
ACNEE	Alumnos con Necesidades Educativas Especiales
EE	Educación Especial
EUA	Estados Unidos de América
ITC	Centro de Comercio Internacional (Siglas en Inglés)
NEE	Necesidades Educativas Especiales
PC	Parálisis Cerebral
RM	Retardo Mental
SD	Síndrome de Down
SENAE	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
TDL	Trastorno del Desarrollo del Lenguaje
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura /Siglas en Inglés)
X	Cromosoma
XX	Siglo

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de abreviaturas.....	vi
Índice general.....	vii
Resumen ejecutivo.....	xiii
Summary.....	xiv
Introduction.....	1

Capítulo I

1.	Problematización.....	2
1.1.	Planteamiento del problema.....	2
1.2.	Formulación del problema.....	3
1.3.	Delimitación del problema.....	3
1.4.	Justificación.....	4
1.5.	Objetivos.....	5
1.5.1.	Objetivo general.....	5
1.5.2.	Objetivos específicos.....	6

Capítulo II

2.	Marco teórico.....	7
2.1.	Fundamentación teórica.....	7
2.1.1.	Marco institucional.....	7
2.1.2.	Educación especial.....	7
2.1.3.	Características y contenidos de la educación especial.....	9
2.1.4.	Contenidos de la educación especial.....	10
2.1.4.1.	Sujetos de la educación especial.....	10
2.1.4.2.	Los profesionales de la educación especial.....	10
2.1.4.3.	Acción educativa especial.....	11
2.1.5.	Contexto de la educación especial.....	11
2.1.5.1.	Fines de la educación especial.....	12
2.1.6.	Síndrome de Down.....	12
2.1.7.	Autismo.....	15
2.1.8.	Autismo-esquizofrenia.....	18
2.1.9.	Autismo-retraso mental.....	19
2.1.10.	Autismo-trastorno del desarrollo del lenguaje.....	19
2.1.11.	Parálisis cerebral.....	20
2.1.12.	El taller artesanal en la institución.....	23
2.1.12.1.	Niveles.....	24
2.1.12.2.	Programas.....	24
2.1.13.	Artesanías.....	24

2.1.14.	Comercialización.....	25
2.1.15.	Comercio internacional.....	26
2.1.16.	Modelos del comercio internacional.....	26
2.1.17.	Teorías tradicionales.....	26
2.1.17.1.	Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith.....	26
2.1.17.2.	Modelo Heckscher-Ohlin.....	27
2.1.17.3.	La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica.....	27
2.1.18.	Regulación del comercio internacional.....	28
2.1.19.	International comercial terms (INCOTERMS).....	28
2.1.20.	Factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero.....	32
2.1.21.	Importancia de la selección de mercados exteriores.....	33
2.1.22.	Factores determinantes de la selección de mercados exteriores...	34
2.1.23.	Factores determinantes de la localización de la IDE.....	35
2.1.24.	Formas de ingresar a un mercado extranjero.....	37
2.1.25.	Exportación.....	40
2.1.25.1.	Estrategias.....	43
2.1.25.2.	Características.....	43
2.1.25.3.	Ventajas y desventajas.....	44
2.1.25.4.	Etapas de desarrollo.....	44
2.1.25.5.	Errores frecuentes.....	45

2.1.26.	Logística.....	45
2.1.27.	Diseño de una estrategia.....	46
2.1.28.	Top-Down.....	47
2.1.29.	Método Top Down para calcular los precios de los productos...	47
2.1.30.	Método Top Down para analizar una acción.....	48
2.1.30.1.	Aspectos macroeconómicos.....	48
2.1.30.2.	Cómo calcular el valor del Top Down del proyecto.....	50
2.2.	Marco Conceptual.....	51
2.3.	Hipótesis.....	52
2.3.1.	Hipótesis general.....	52
2.3.2.	Hipótesis específicas.....	52
2.4.	Variables.....	53
2.4.1.	Variable dependiente.....	53
2.4.2.	Variables independientes.....	53

Capítulo III

3.	Marco Metodológico.....	54
3.1.	Modalidad.....	54
3.2.	Tipos.....	54
3.3.	Métodos.....	54
3.4.	Técnicas.....	55
3.4.1.	Diagnóstico situacional.....	56
3.4.2.	Grupos de interés.....	56

3.4.3.	Estructura de la institución.....	57
3.4.4.	Análisis FODA.....	58

Capítulo IV

4.	Propuesta: Proyecto de Exportación de Artesanías Elaborados en el Instituto de Educación Especial Carlos Garbay M. de la Ciudad de Riobamba a los Estados Unidos, Estado de California.....	59
4.1.	Introducción.....	59
4.2.	Esquema Básico de Exportación Propuesto.....	60
4.3.	Requisitos y Documentos para Exportar.....	61
4.3.1.	Registro único de contribuyentes (RUC).....	61
4.3.2.	Certificado digital.....	61
4.3.3.	Certificado digital - Banco Central del Ecuador.....	61
4.3.3.1.	Certificado digital - Security data.....	64
4.3.4.	Registro en Ecuapass.....	69
4.3.5.	Proceso de exportación.....	74
4.3.6.	Documentos para exportar.....	76
4.4.	Regímenes Aduaneros.....	82
4.5.	Elección del Puerto.....	83
4.6.	Aranceles.....	84
4.7.	Embalaje.....	84
4.8.	Estudio Financiero.....	85
4.8.1.	Inversiones.....	85
4.8.2.	Costos.....	86

4.8.3.	Cálculo de los Ingresos.....	87
4.8.4.	Estado de Resultados.....	88
4.8.5.	Flujo de Caja.....	89
4.9.	Evaluación del Estudio Financiero.....	90
4.9.1.	Valor Actual Neto.....	90
4.9.2.	Tasa Interna de Retorno.....	91
4.9.3.	Relación Beneficio-Costo.....	92
4.9.4.	Período de Recuperación de la Inversión.....	93
4.9.5.	Resumen de Indicadores.....	95
4.10.	Top Down de Precios.....	95

Capítulo V

5.	Conclusiones y Recomendaciones.....	96
5.1.	Conclusiones.....	96
5.2.	Recomendaciones.....	96
	Bibliografía.....	97
	Sitios Web.....	98
	Anexos.....	99

RESUMEN EJECUTIVO

Todo lo extraordinario en este mundo está hecho artesanalmente. Sin duda, el valor agregado que dota la mano del artesano es insustituible, pero en este caso, además es un objeto multidimensional; es decir, detrás de cada artesanía hay un activo histórico, cultural y de identidad que también tiene un valor por su función. La artesanía se puede usar en la casa, en la oficina, en hoteles o restaurantes y sirve de regalo o como pieza de decoración. Estas cualidades también son valoradas en el extranjero, especialmente por países de Europa y los Estados Unidos. Con estos antecedentes, se plantea investigar cómo un proyecto de exportación de artesanías a los Estados Unidos, estado de California, influye en el mejoramiento de las actividades económicas del instituto de educación especial Carlos Garbay de la ciudad de Riobamba. Se analizó la institución y se determinó que posee una administración financiera organizada y acorde a la legislación vigente, para lo que es exclusivamente la actividad artesanal y que la capacidad de producción es de 12.480 unidades cada 6 meses, las cuales están acorde a las demandas del mercado. Dentro de los parámetros internacionales, existen experiencias anteriores en la exportación de productos artesanales, por lo que es factible realizar algún tipo de exportación de los productos artesanales de la institución, siempre y en cuanto cumplan con los requisitos legales pertinentes y continúen con la producción ordenada. Se ha podido conocer la demanda existente de productos artesanales de madera hacia los Estados Unidos de Norteamérica, por un valor de USD 233.000, según los datos obtenidos. (Proecuador, 2013) Es posible realizar operaciones con el mercado exterior y obtener rentabilidad positiva, con las actividades productivas de la institución. Realizar los trámites legales pertinentes, para cumplir con los parámetros internacionales en lo que respecta a operaciones del International Commercial Terms (INCOTERMS). Continuar con las investigaciones en relación a la oferta de productos artesanales en los países del Continente Americano, para continuar con las operaciones comerciales en beneficio de las instituciones y sumar así, nuevos productos de industria ecuatoriana.

EXECUTIVE SUMMARY

Everything extraordinary in this world is made by hand. Undoubtedly, the added value that gives the craftsman's hand is irreplaceable, but in this case, is also a multidimensional object; that is behind every craft there is a historical, cultural and identity active than also has value by function. The craft can be used at home, in the office, hotels or restaurants and serves as gift or decoration piece. These qualities are also appreciated abroad, especially in countries in Europe and the United States. With these antecedents, we propose to investigate how a project to export handicrafts to the United States, State of California, affects the improvement of the economic activities of the institute of special education Carlos Garbay the city of Riobamba. The institution was analyzed and we determined that has an organized financial management according to the law, exclusively craft and production capacity that is from 12,480 units every six months which are consistent with market demands. Within international standards, there are previous experiences in exporting handicrafts, making it feasible to perform some kind of exportation of handicraft products of the institution, as long as compliance with applicable legal requirements and continue the orderly production . It was possible to meet the demand of wooden handicraft products to the United States, with a value of USD 233,000, according to the data. (Proecuador, 2013) It is possible to perform operations with the foreign market and get positive returns, with the productive activities of the institution. Make the necessary legal procedures in order to comply with international standards with regard to operations of International Commercial Terms (INCOTERMS). Continue with investigations in connection with the offering of craft products in the countries of the American continent to continue business operations for the benefit of institutions and so adding new products of the Ecuadorian industry.

INTRODUCCIÓN

Las artesanías elaboradas en la sierra ecuatoriana específicamente en la Provincia de Chimborazo son innovadoras, de buena calidad, de bajos precios (en relación a la capacidad adquisitiva del mercado estadounidense) y, sobre todo comunican la identidad y cultura del país.

La mayoría de artesanos generalmente se encargan de todo el proceso de producción; desde la obtención de la materia prima hasta la venta del producto al consumidor final quienes en su mayoría son parte de la población local. Este proceso, a lo largo de la cadena de valor, no genera un beneficio económico significativo para los pequeños grupos artesanales y/o instituciones que acogen a personas con capacidades especiales, ya que la venta local, paga acorde a su nivel adquisitivo y además podrían ser los distintos intermediarios los que obtienen más rentabilidad por la venta de los productos en mercados nacionales e internacionales.

Se puede observar en los centros artesanales ecuatorianos que la oferta artesanal es apreciada por los turistas extranjeros que visitan Ecuador. La mayoría de turistas que compran las artesanías provienen de Estados Unidos y de países europeos. Las artesanías para los turistas, según la preferencia en productos, son diferenciadas y de buen precio en comparación con la oferta disponible en sus países.

Se pretende dirigir las artesanías ecuatorianas hacia el mercado de Estados Unidos debido a que este cuenta con un alto nivel adquisitivo de su población. Este es el cuarto país más grande del mundo lo cual permite comercializar una variada gama de productos con valor agregado a precios rentables.

La actividad de exportación de artesanías además de beneficiar económicamente a los emprendedores del proyecto, tendrá un impacto positivo socio económico en los artesanos que proveerán la mercadería a exportarse.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMATIZACIÓN.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El Instituto Carlos Garbay M. desde su creación el 21 de abril de 1971, en la que se educan niños y jóvenes adolescentes con deficiencia intelectual, deficiencia sensorial, deficiencia motora; aplica permanentemente, procesos pedagógicos a los problemas que requieren de atención y técnicas especiales, que ayudan a desarrollar y mejorar las funciones psicomotoras. El sistema educativo de la institución, comprende los niveles de Educación Inicial y de Educación Primaria, en el que se incluyen las actividades Técnico Productivas con Talleres de Cocina, Manualidades, Biohuerto, Carpintería, Cerámica y otros.

El Instituto para su trabajo, cuenta con infraestructura adecuada, que responde a las necesidades inmediatas de los niños y jóvenes adolescentes, su labor se respalda con profesionales en salud, psicólogos, tecnólogos médicos, terapistas del lenguaje y trabajadores sociales. Por las condiciones y necesidades, los niños y jóvenes, requieren reforzar sus aprendizajes con actividades manuales que ayuden en el desarrollo motriz e intelectual.

Para esta actividad la institución cuenta con talleres de carpintería, costura, huerto, entre otros, en las que los niños y jóvenes con el apoyo de maestros y técnicos, realizan actividades de lijado, pintado, aserrado, cortado, pegado, plegado, logrando el desarrollo de las destrezas motoras y elevan su autoestima al lograr convertir la madera, tela, semillas y otros elementos, en vistosas artesanías. Para dicho proceso, los padres de familia aportan para la adquisición de materiales; al término del proceso, los elementos elaborados no son adecuadamente tratados y en la mayoría de los casos se pierden o deterioran.

Las artesanías elaboradas se exhiben en ferias y casas abiertas, donde se aprecia la calidad de los productos, las cuales con la ayuda de técnicos, se ha logrado mejorar los acabados convirtiéndoles en elementos de calidad que puede ser comercializado a nivel nacional e internacional.

La venta de estas hermosas artesanías, no tiene un fin comercial lucrativo, sólo permite la recuperación de costos y la continuidad en el funcionamiento de los talleres, pues cada elemento vendido, significa apoyo y continuidad en la terapia. Delegaciones de organismos estatales y particulares a nivel nacional y del extranjero, han sugerido que se empiece a proponer la venta de productos en el mercado extranjero, aprovechar convenios y compromisos en los que se valore el esfuerzo y se apoye decididamente a tan especial grupo de niños y jóvenes. Profesionales formados en instituciones de educación superior adecuadamente capacitados apoyan -como parte de su proceso de formación-, al desarrollo de estas iniciativas institucionales, proponiendo emprendimientos que ayudan a lograr las metas. Autoridades, personal docente y padres de familia, apuestan a la calidad y plantean la venta de artesanía elaboradas en el instituto al mercado norteamericano.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo un proyecto de exportación de artesanías a los Estados Unidos, Estado de California, influye en el mejoramiento de las actividades económicas en el Instituto de Educación Especial Carlos Garbay de la Ciudad de Riobamba?

1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

La investigación se desarrollará, en el Instituto de Educación especial Carlos Garbay M. de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, durante el año 2013. El instituto cuenta con 30 profesores y 10 estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo, los cuales están colaborando en la institución y aparte, están haciendo sus prácticas pre-profesionales. Además del personal de la institución, la misma cuenta con un conserje.

La Institución cuenta con 1.200 m², los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

- 4 aulas de talleres,
- 15 aulas para recibir clases,

- 1 auditorio,
- 2 talleres de capacitación,
- 1 rectorado,
- 1 secretaría,
- 1 dispensario médico,
- 3 aulas de computación,
- 1 huerto,
- 2 patios de básquet, fútbol y vóley,
- 2 parqueaderos y baños.

1.4.JUSTIFICACIÓN.

La exportación es la operación logística que consiste en la salida de productos o servicios ecuatorianos, fuera del mercado nacional; es decir, hacia el extranjero con un fin determinado como su venta, exhibición, degustación, etc.

La investigación propuesta, constituye un aporte para el desarrollo pedagógico y de aprendizaje de niños y jóvenes con capacidades especiales que se educan en el Instituto de Educación Especial Carlos Garbay M., siempre y en cuanto, las artesanías en madera, tela y otros elementos, puedan ser comercializados en el mercado internacional.

La elaboración de productos como parte de la terapia, logra significativos cambios niños, jóvenes que han logrado insertarse en la educación regular y en actividades laborales, convirtiéndose en elementos de bien que se valen por sí solos. Recordando que educar a los niños es enseñarles a valerse sin nosotros. A lo expuesto, la producción artesanal es parte del sistema económico social, solidario y sostenible, que el gobierno nacional ha delineado para alcanzar el buen vivir.

Mediante Registro Oficial N° 351 con fecha 29 de Diciembre de 2010, la Asamblea Nacional aprobó el Proyecto de CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, con el fin de que exista en el país, un organismo como lo es el "INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR", que se encargue de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, y además de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores de la República del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

La investigación constituye un aporte que guiará a las autoridades de la institución, a realizar las actividades de producción y exportación de manera técnica y lógica, basada en políticas y procedimientos que los órganos de control, disponen para ello; logrando de esta manera, minimizar costos y optimizar recursos.

En el desarrollo de la investigación, identificará como necesarias, la preparación de políticas, procedimientos y normas, transformándose en una guía práctica para la eficiente gestión en las actividades de exportación de artesanías al mercado norteamericano.

Para el investigador, es una oportunidad de poner en práctica los conocimientos recibidos en la preparación profesional y aportar con soluciones para quienes la vida, les doto de capacidades especiales.

La propuesta de exportación se podrá aplicar a otros productos y otros sectores, si consideramos que en el país y en toda Latinoamérica, tenemos capacidades de producción artesanal con técnicas y acabados que gustan mucho al público extranjero.

1.5.OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo general.

Diseñar un proyecto de exportación que permita la venta de artesanías en madera y otros elementos elaborados por los niños y jóvenes del Instituto de Educación Especial Carlos Garbay M. hacia los Estados Unidos, estado de California.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Analizar la situación administrativa y de producción que tiene el Instituto de Educación Especial Carlos Garbay.
- Realizar un análisis respecto a la producción y comercialización de artesanías en el mercado internacional.
- Conocer la demanda de artesanías en el estado de California de los Estados Unidos de Norteamérica.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1.1. Marco institucional.

El Instituto Carlos Garbay M. se inicia con el nombre de Escuela de Educación Especial, fundación realizada el 21 de Abril del año 1971 para dar atención educativa a escolares que por sus características especiales, no fueron recibidos en la educación regular. El 9 de Diciembre del año 1976, mediante resolución N° 751, cambia de denominación a Escuela Pestalozzi, posteriormente el 4 de Abril de 1980 se le asigna el nombre de Instituto de Educación Especial “Carlos Garbay M.” en reconocimiento de la gestión realizada por el mencionado funcionario en la consecución de presupuestos, cuando desempeñaba la función de Subsecretario en el Ministerio de Educación.

El Instituto desde su inicio se ha desarrollado en todos sus aspectos, debido en parte a la demanda poblacional al ser considerado un centro de atención regional y por otra parte, al apoyo recibido de organizaciones nacionales e internacionales, que han facilitado un crecimiento técnico, pedagógico, de infraestructura, equipamiento, promoviendo así, una mayor cobertura de servicios y programas.

2.1.2. Educación especial.

La educación especial es aquella destinada a alumnos con necesidades educativas especiales, debidas a sobredotación intelectual o discapacidades psíquicas, físicas o sensoriales. La educación especial en sentido amplio comprende todas aquellas actuaciones encaminadas a compensar dichas necesidades, ya sea en centros ordinarios o específicos. Durante mucho tiempo, la educación especial ha sido una educación paralela y segregada de la normal u ordinaria, pero hoy podemos situarla en la cultura de la integración escolar, porque caminamos hacia un concepto de escuela inclusiva, superando todo tipo de concepciones separatistas.

López Melero M. (2004), dice: *...que es la disciplina del sistema de comunicación intencional, que tiene lugar en una institución (proceso de enseñanza-aprendizaje) para desarrollar al máximo las posibilidades intelectuales y afectivo-sociales del niño cognitiva, social y culturalmente diferente.*

La educación especial la entendemos como un servicio de apoyo a la educación general que estudia de manera global los procesos de enseñanza-aprendizaje, y que se define por los apoyos especiales y necesarios -nunca por las limitaciones del alumnado-, y siempre, con el fin de lograr el máximo desarrollo personal y social de las personas con necesidades educativas especiales. Como se ve, este concepto es más global y dinámico que en otras épocas, deja de dar importancia al trastorno y se centra en la interacción entre los factores procedentes del sujeto y los procedentes del contexto, especialmente los educativos.

Un documento que revolucionó el concepto de la educación especial fue, el informe Warnock, elaborado en 1974 y publicado en 1978. Fue realizado por una comisión de expertos en materia de educación especial presididos por Mary Warnock. Este informe revoluciona los esquemas que había sobre la educación especial sobre todo en dos cuestiones: relaciona los problemas de aprendizaje y los recursos didácticos (la metodología y recursos didácticos deben ser herramientas para poner solución a los problemas de aprendizaje).

Aun así, el énfasis debe situarse en la escuela y en la respuesta educativa (adaptación de los espacios físicos y de los recursos humanos y organizativos) En la escuela los procesos de enseñanza-aprendizaje en unos casos originan y en otros intensifican las necesidades educativas especiales (NEE). Aparte, este informe distinguió tres formas de integración:

1) **Integración física:** Clases de educación especial en el mismo lugar que la escuela ordinaria, pero con organización diferente e independiente, aunque se comparten espacios como el recreo y el comedor.

2) **Integración social:** Sigue suponiendo clases de educación especial en la escuela ordinaria, aunque se realizan algunas actividades comunes al resto de los alumnos.

3) **Integración funcional:** Es la forma más completa de integración; los alumnos con necesidades educativas especiales (ACNEE), permanecen a tiempo más completo en las aulas ordinarias e incluso llegan a ser uno más en la dinámica del aula.

La educación especial es una disciplina científica dentro de la educación y también se considera un área de conocimiento. Está relacionada con otras disciplinas y no es autónoma, depende de las demás (mayor dependencia desde el punto de vista práctico, menor desde el punto de vista teórico).

Se nutre de otras muchas disciplinas o ciencias como la medicina, biología o genética, didáctica, psicología, etc. (p.ej.: La EE necesita de la didáctica pero la didáctica no necesita a la EE).

La educación especial como disciplina, interacciona con la Sociología, Biología, Medicina, Pedagogía, etc.; y a través de esta interacción, analiza desde su perspectiva específica el fenómeno de la deficiencia. La educación especial como disciplina se sitúa en el campo de la pedagogía en los siguientes ámbitos:

Ámbito curativo: M. Debesse (1964), afirma que la pedagogía curativa es el estudio de la educación y de los cuidados que requiere un niño cuyo desarrollo psíquico y físico, se halla en situación de desventaja debido a factores de naturaleza individual o social.

Ámbito correctivo: A. Bonboir (1974), define la pedagogía correctiva como el código de la acción susceptible de conducir al ser humano.

Ámbito terapéutico: T.W. Moore (1983), denomina a la pedagogía terapéutica desde un punto de vista más médico; se entiende que la educación especial proporciona medios para curar déficits instrumentales y funcionales de los sujetos.

2.1.3. Características y contenidos de la educación especial.

El problema semántico fundamental en la educación especial, es sin duda definir el término “especial” y también los términos derivados como especialista, especializado, etc. Además se utilizan muchos términos sinónimos para caracterizar el proceso de educación especial: diferencial, diverso, distinto.

Así podemos encontrarnos con educación diferencial, educación para la diversidad. Podemos y debemos delimitar el término educación especial en base a dos dimensiones: precisando el significado de especial y delimitando el conjunto sujetos a los que se dirige tal educación precisando el cambio no sólo conceptual del término sino también el práctico y el actitudinal. Algunos términos referidos a los sujetos de educación especial tienen todavía hoy, connotaciones negativas tanto en el valor del término como en la descripción del mismo como por ejemplo, discapacitado. Este término ha implicado siempre no tener capacidades. Otros términos negativos hacen referencia a una norma de carácter comparativo anormal, subnormal, retrasado.

2.1.4. Contenidos de la educación especial.

2.1.4.1. Sujetos de la educación especial.

Sujeto como categoría o elemento categorial (tiene connotaciones positivas o negativas; positivamente, se cree que la categorización ayuda a trabajar más fácilmente; negativamente, se cree que la categorización implica una discriminación). Algunos autores han rechazado el sistema de categorías por las siguientes razones: existe ambigüedad en cuanto a la definición de categorías por cada categoría, existen diferentes definiciones que varían de un estado a otro, algunas categorías son subjetivas en una misma categoría, existen varios niveles o grados de deficiencia. La categoría se ha convertido en una etiqueta que explica la causa de imposibilidad para que estos alumnos, aprendan dando lugar al conformismo profesional. La etiqueta sólo puede ser positiva para mejorar la práctica educativa (Wilson).

2.1.4.2. Los profesionales de la educación especial.

Hablamos de profesionales o pseudo-profesionales, como aquellos que tienen soluciones, opinan, juzgan, etc., como padres, legisladores, políticos y que son agentes educativos que influyen en el proceso educativo pero que se deben de quedar ahí, solo en eso, porque el que interviene realmente es el profesor. Luego estarían los profesionales como tal que son los profesores.

Respecto a esto, existen dos enfoques: basado en el déficit: Los especialistas (psicólogos, médicos, trabajadores sociales, etc.) trabajan independientemente interviniendo desde su peculiar enfoque sobre una sola dimensión del sujeto basado en la educación especial propiamente dicha: recoge la idea de que el ACNEE es una unidad personal con el que hay que actuar de una manera integral (aspecto cognitivo, afectivo, de relación, integración, psicomotor) e integrada (los distintos profesionales trabajarán de manera independiente).

2.1.4.3. Acción educativa especial.

La intervención educación, depende siempre de modelos teóricos ya que estos modelos fundamentan la práctica. Antes, las técnicas y los métodos, se diseñaban en función del tipo de deficiencia. Hoy no se ha abandonado del todo esa perspectiva, pero se han incorporado una perspectiva nueva en la que los métodos y las técnicas, se diseñan y orientan a las áreas de desarrollo.

Destacamos los siguientes métodos: métodos para el desarrollo físico y psicomotor, métodos para el desarrollo cognitivo, métodos para el desarrollo del lenguaje, métodos y técnicas terapéuticas de modificación de conductas, métodos y técnicas de socialización y comunicación, métodos psicoterapéuticos, métodos y técnicas basadas en las nuevas tecnologías.

2.1.5. Contexto de la educación especial.

Lugar donde se lleva a cabo de forma más adecuada la acción educativa especial; los contextos van a ser la base del diagnóstico en muchas ocasiones. Los tres contextos básicos son:

- Familia,
- Comunidad,
- Diversas instituciones sociales.

2.1.5.1.Fines de la educación especial.

Aprender a conocer: Hace referencia a la adquisición de una cultura general que le facilite al sujeto la comprensión del mundo y los instrumentos para la adquisición del saber (este aspecto a veces se descuida demasiado a favor del desarrollo de la autonomía); la acción educativa debe ir encaminada a incluir un trabajo de tipo intelectual y de tipo material (en su expresión más humana).

Aprender a ser: Comporta la capacidad de juicio (conocer) y la responsabilidad personal (hacer); conocer + hacer = ser

Aprender a vivir juntos: Se refiera a la colaboración entre personas; hay que conocerse primero a sí mismo y después establecer relaciones con los demás

El derecho a la educación que asiste a todos por igual, sin discriminaciones, es el principio rector de la política educacional, que se pretende sea una realidad con la participación consciente y dinámica de la familia, la sociedad civil en su conjunto y las organizaciones gubernamentales creadas para el efecto. (Rodríguez, 2013).

2.1.6. Síndrome de Down.

El síndrome de Down (SD) es un trastorno genético causado por la presencia de una copia extra del cromosoma 21 (o una parte del mismo), en vez de los dos habituales (trisomía del par 21), caracterizado por la presencia de un grado variable de retraso mental y unos rasgos físicos peculiares que le dan un aspecto reconocible. Es la causa más frecuente de discapacidad psíquica y debe su nombre a John Langdon Haydon Down, quien en 1866 reconoció las características físicas de estas personas y la descripción de este estado como una entidad independiente y precisa a la que denominó “idiocia mongólica”.

Lejeune en 1959 descubrió que las personas con SD poseen 47 cromosomas en lugar de 46.

Existen diversas anomalías cromosómicas que provocan este síndrome:

Trisomía 21 o trisomía regular: Aparece en aproximadamente el 95 % de los afectados y se produce cuando una célula embrionaria presenta un cromosoma de más en el par 21, originando en el momento de la concepción una célula con 47 cromosomas en lugar de 46.

Translocación o trisomía parcial del cromosoma 21: Se da en el 3-4 % de los casos. El cromosoma 21 extra o parte de él está adherido a otro cromosoma, normalmente el 14.

Mosaicismo: Se da en el 1% de los casos. El error cromosómico no aparece en la primera célula fecundada sino en las siguientes, por lo que unas células presentarán 47 cromosomas y otras 46. Presentan menos pronunciados los rasgos propios del SD y su rendimiento intelectual es mayor. Algunos de los factores de riesgo que pueden dar lugar a la aparición del síndrome pueden ser:

- Niveles bajos de alfa-feto proteína y estríol maternos, y altos de gonadotropina coriónica e inhibina.
- Madres mayores de 35 años
- Padres mayores de 50 años
- Translocación en uno de los progenitores (progenitores con alteraciones cromosómicas o que presenten el SD)

La incidencia del síndrome se da en 1 de cada 800-1000 nacimientos y constituye la primera causa de retraso mental (la tercera parte de los sujetos que precisan educación especial presentan este síndrome). La sobreexpresión de un gen no determina la aparición de rasgos únicos y concretos. Tesis Doctoral Dra. ALICIA JIMÉNEZ GARCÍA (2012) EVALUACIÓN E INTERVENCIÓN MORFOSINTÁCTICA EN ADOLESCENTES Y JOVENES CON SÍNDROME DOWN. Universidad de Extremadura.

Existen más genes que van a ser los responsables de la gran variedad interindividual existente entre las personas con SD.

1. Características Físicas: Oblicuidad de ojos, macroglosia (lengua muy grande), pelo liso, brazos cortos e hipotonía muscular (tono muscular muy débil).

2. Problemas médicos: Disfunción tiroidea, cardiopatías, desórdenes gastrointestinales, obesidad, leucemia.

3. Trastornos oftalmológicos: Miopía o dificultad para ver de lejos, Hipermetropía o dificultades para ver de cerca, Astigmatismo o visión borrosa, estrabismo, obstrucción de los conductos lagrimales y cataratas (congénitas y en edades avanzadas).

4. Alteraciones auditivas: Presentan alguna en el 80% de los casos. Tienen el canal auditivo externo más pequeño de lo normal, lo que les produce acumulación excesiva de cerumen, dando lugar a otitis que pueden provocar pérdidas de audición.

5. Características motoras: Presentan hipotonía muscular generalizada, pobre equilibrio, falta de habilidad para ejecutar secuencias rápidas de movimiento, problemas de coordinación general.

6. Características del lenguaje: Tienen un nivel lingüístico inferior al nivel intelectual y al nivel de competencia social.

7. Características socio afectivas y de la personalidad: Existe una gran variabilidad al igual que en las personas sin SD. Sin embargo se pueden definir como personas tenaces, con falta de iniciativa, falta de motivación, baja tolerancia a la frustración, reacción negativa ante las críticas, baja expectativa de éxito, distorsión de su percepción personal (valoraciones extremas de autoestima, tanto positivas como negativas), dificultad para detectar el punto de vista de los demás y autonomía personal reducida.

8. Características cognitivas: En este punto debemos diferenciar entre:

Atención: Dificultades para dirigir la mirada hacia un estímulo e interactuar con otras miradas, dificultades en la capacidad para mantener la atención un tiempo prolongado con tendencia a la distracción, período de respuesta al estímulo más largo de lo normal.

Además presentan mayores dificultades para procesar la información auditiva que la visual debido a que presentan alteraciones cerebrales en el lóbulo temporal.

Memoria: Dificultades para retener y almacenar la información para responder de forma inmediata con una operación mental o motriz, su memoria a corto plazo no aumenta con la edad.

Razonamiento: Presentan dificultades en la conceptualización, la generalización y transferencia del aprendizaje y dificultades en la abstracción.

En cuanto al aprendizaje de las personas con Síndrome de Down podemos decir que existen una serie de características básicas de aprendizaje que debemos tener en cuenta:

- Aprenden mejor cuando han obtenido éxito en actividades anteriores,
- Muestran mayor interés en colaborar si conocen de inmediato los resultados de su actividad. Por ejemplo si a cada paso que da le reforzamos y le transmitimos cómo ha realizado la actividad,
- Si participan en la tarea la aprenden mucho mejor y la olvidan menos. Es conveniente realizar actividades con cosas que les motiven y les gusten, y que sean cercanas a su entorno diario. Podremos hacer actividades con su nombre, con el nombre de sus familiares, con objetos cotidianos que pueda encontrar en su casa o en propia habitación,
- Confunden y rechazan la actividad si se les pide que realicen muchas tareas en poco tiempo debido a sus problemas de atención.

2.1.7. Autismo.

Se trata de un trastorno generalizado del desarrollo que presenta una gravísima alteración de la comunicación y de la interacción social. Se da en 1 de cada 100.000 nacimientos y es 4 veces más frecuente en varones. El pronóstico del autismo será mejor cuanto menos esté afectado el ámbito cognitivo. En este sentido, conviene recordar que en torno al 75 % de los autistas presentan limitaciones intelectuales significativas (retraso mental). Para determinar las causas de este trastorno nos basamos en dos teorías:

1. Teorías psicogenéticas: Toman como referente lo psicoanalítico; presuponen que los autistas no lo eran en el momento del nacimiento, sin embargo, existen una serie de factores familiares que desencadenan el cuadro autista. Rutter y otros señalan 4 factores predominantes:

- Trastornos psiquiátricos parentales,
- Cociente intelectual y clase social de los padres,
- Interacción anómala padres-hijos y,
- Intenso stress y cuadros traumáticos en la fase temprana de la vida del niño.

Todas estas conclusiones vienen a ser anuladas cuando investigadores como Polaino afirman que los estudios sobre el contexto socio-familiar de autistas se hace una vez se ha detectado el problema, por lo que los problemas familiares en todo caso pueden ser una consecuencia del problema, pero no la causa de éstos.

2. Teorías biológicas: Aceptan que un déficit cognoscitivo puede ser determinante para predisponer a un sujeto a la aparición del síndrome. Señalan la combinación de los siguientes factores:

- La base del síndrome podría estar en el cromosoma X cuando éste se denomina frágil,
- Anomalías bioquímicas (por ejemplo, una tuberculosis mal tratada de la madre),
- Infecciones (como la rubeola) y,
- Disfunción cerebral en el hemisferio izquierdo.

Las alteraciones de la interacción social constituyen el aspecto más característico del autismo infantil. Se observa desde el nacimiento y presenta las siguientes características:

- Valoración inadecuada de los signos socio-emocionales. Es como si no comprendieran la comunicación no verbal,
- Comportamiento desajustado al contexto social. Ejemplo: rabietas sin justificar, independientemente de lo que pase a su alrededor,

- Ausencia de signos sociales convencionales como la sonrisa, el saludo... Se trata de niños aislados de su contexto social y que no presentan interés alguno por interaccionar con los demás,

Las alteraciones del lenguaje y la comunicación constituyen otro aspecto nuclear de trastorno autista. Se pueden distinguir entre:

- **Alteraciones cuantitativas:** Falta de reciprocidad, evitación del contacto visual y táctil.
- **Alteraciones cualitativas:** Ausencia de juego, imitación y simbolización. Falta de sincronización entre el lenguaje, cuando existe, y la expresión facial. No juega con los demás niños. Presenta ecolalia o repetición literal de frases del interlocutor sin interpretar realmente la frase (la última parte de las frases).

Lo más característico en el autismo es la realización por parte del niño de actividades repetitivas o estereotipadas: Esta característica del comportamiento autista convierte a dicho comportamiento es un comportamiento muy rígido que supondrá la restricción de intereses (únicamente presta atención a algo muy concreto y deja de lado todo lo demás). Por ello presentan una ausencia de creatividad en toda su conducta debido a que ésta es muy rígida, muy estereotipada, siempre igual. Rutter menciona 6 tipos de conductas repetitivas:

- Pautas de interés, muy restringidas (golpear, amontonar cosas, etc.); cuando son adultos y con suficiente nivel intelectual pueden llegar a mostrar interés por temas muy concretos como por ejemplo la ruta de autobús.
- Vinculación a objetos muy particulares, desarrollando atracción por ejemplo por los cordones de zapatos, cuerdas, etc. llegando a llevarlas consigo a todas partes. El niño autista presenta apego a objetos, generalmente de textura no cálida (de plástico, de metal o vidrio) y presenta además una gran resistencia ante los cambios debido a que necesitan controlar la estabilidad dentro de su entorno. Suelen tener temores y fobias a objetos cotidianos o a determinados ruidos que les provoca reacciones totalmente desproporcionadas (fuertes rabietas, autoagresiones).

- Rituales compulsivos, sobre todo en la adolescencia (por ejemplo rutinas para salir de una habitación llegando a sufrir ansiedad si se rompe dicha rutina).
- Manierismos motóricos: Aparecen cuando hay un déficit mental severo y se manifiestan, por ejemplo, con permanentes balanceos (por ejemplo, situar los dedos al nivel de los ojos para mirarlos).
- Preocupación excesiva por parte de objetos (p.ej.: Cordones de los zapatos).
- Ansiedad ante cambios de ambiente; algunos no soportan ningún cambio en la rutina diaria (por ejemplo, que les cambien un cuadro de sitio).
- Suelen presentar alteraciones del sueño: Duermen poco y mal, sólo durante la primera parte de la noche o a partir de una determinada hora. Suelen ser frecuentes también los trastornos de la alimentación, ya que son personas muy maniáticas y selectivas con los alimentos, además de muy exigentes con ciertos ritos: temperatura, distribución de los alimentos en el plato, color de los alimentos, etc.
- Hay que procurar hacer siempre un diagnóstico diferencial entre el autismo y otros trastornos psicopatológicos. Recordemos que cuanto más pequeño es el niño, más difícil será realizar este diagnóstico diferencial. Debemos distinguir entre:

2.1.8. Autismo-esquizofrenia.

Leo Kanner descubre el trastorno autista a mediados del siglo XIX pensando que se trataba de esquizofrenia infantil. Posteriormente comprobó que se trataba de procesos distintos que no guardaban relación entre sí:

- **Incidencia:** Autismo: 4 o 5 casos de cada 10.000 habitantes; Esquizofrenia: Entre 8 o 10 casos de cada 10.000 habitantes.
- **Aparición:** Autismo: Temprana, antes de los 3 años; Esquizofrenia: Tardía, adolescentes o mayores.
- **Delirios y alucinaciones:** Autismo: no presenta; Esquizofrenia: se presentan siempre.

- **Curso de la enfermedad:** Autismo: estable; Esquizofrenia: por ciclos o brotes.
- **Crisis epilépticas:** Autismo: frecuentes, en torno al 25 %; Esquizofrenia: muy infrecuentes.
- **Brote psicótico:** Sólo se da en la Esquizofrenia. Es la pérdida de control ideacional y emocional. Incapaz de mantener una conducta adaptativa al entorno, de autogobierno y autoprotección.

2.1.9. Autismo-retraso mental.

- **Incidencia por sexos:** Autismo: 4 niños, 1 niña; RM: sin diferencias.
- **Crisis epilépticas:** Autismo en la adolescencia; RM: desde la 1º infancia. Más frecuentes cuanto más grave sea el retraso mental.
- **Déficit cognitivo:** Autismo: son específicos (capacidad d abstracción, lenguaje, etc.); RM: generalizados, en todas las áreas.
- **Discriminación de señales socioemocionales:** Autismo: muy dañada; RM: no se encuentra alterada salvo en los casos de retraso mental profundo.
- **Proceso evolutivo:** Autismo desarmonía evolutiva. A veces desarrollan alguna capacidad de forma excepcional: la memoria, la capacidad de cálculo. Esto puede producir un despiste en el diagnóstico ya que aparentan más dotación intelectual de la que realmente tienen; RM: presentan un retraso evolutivo generalizado.

2.1.10. Autismo-trastorno del desarrollo del lenguaje.

- **Incidencia por géneros:** En el TDL no hay diferencias
- **Déficits cognitivos:** Específicos en el autismo y mucho más profundos y generalizados en el TDL.

➤ Alteraciones socioemocionales: Muy graves en el autismo y muy leves en el TDL, pues son capaces de comunicarse ampliamente con su entorno a través de otras formas de comunicación (no está afectado el sistema de comunicación, sí el lenguaje).

➤ Para su evaluación debemos tener en cuenta que el autista transita desde un mundo esencialmente ajeno a nuestro propio mundo.

1) Tienen enormes dificultades para aprender pero no es imposible que lo hagan; principalmente tenemos que trabajar con programas de modificación de conducta; en este sentido el Dr. Javier Garza F. (2002), muestra y diseña técnicas de modificación de conducta.

2) Igualmente el Dr. Javier Garza F. (2002), dice que para aplicar estos programas el profesional debe tener adquiridas una serie de habilidades tales como:

- Control de sentimientos y emociones, manejo de la expresión facial, tono y volumen de voz y, dar instrucciones.

3) Planificar el proceso de aprendizaje de tres maneras:

- Procedimiento por reforzamiento, procedimiento por evitación y, procedimiento por escape.

2.1.11. Parálisis cerebral.

Se entiende por Parálisis Cerebral (PC) al “conjunto de trastornos del desarrollo psicomotor que causan una limitación de la actividad de la persona atribuida a problemas en el desarrollo cerebral del feto o del niño, y que suele ir acompañada de problemas sensitivos, cognitivos, de comunicación y percepción, y en algunas ocasiones, de trastornos del comportamiento”.

La parálisis cerebral es causada por lesiones o anomalías del cerebro. La mayoría de estos problemas ocurre a medida que el bebé crece en el útero, pero se pueden presentar en cualquier momento durante los primeros dos años de vida mientras el cerebro del

bebé aún se está desarrollando, distinguiéndose por lo tanto las siguientes causas: prenatales, perinatales y postnatales. Se pueden resumir las tres más importantes:

- 1) Prenatales Rubéola materna, diabetes de la madre, envenenamiento por plomo, exposición excesiva a los rayos X, desnutrición extrema. La atención deficiente a la madre durante la gestación y la carencia de orientación médica, puede conducir a complicaciones.
- 2) Perinatales Parto prolongado y difícil que produce traumatismo al nacimiento. Parto prematuro, Anoxia, Infecciones producidas en el niño durante el parto, Ictericia.
- 3) Postnatales Infecciones que afectan la madurez cerebral como meningitis, accidentes con lesiones graves de la cabeza, accidentes vasculares, accidentes anestésicos, deshidrataciones, etc.

Aunque en general se sabe bastante acerca de las causas de la Parálisis Cerebral, con frecuencia es difícil determinarlas en un caso particular, ya que pueden estar implicados muchos factores ambientales y genéticos. Además no existe una única causa que genere la parálisis sino que el trastorno aparece en la mayoría de los casos como resultado de la combinación de varias de estas causas.

Hay tres tipos de parálisis cerebral: espástica, atetoide y atáxica. Cualquier individuo puede tener una combinación de estos. De forma muy general cada una de ellas se caracteriza por:

- **Espástica:** Se trata del grupo más amplio (75% de niños con Parálisis). Presentan espasticidad, que es la rigidez intensa del movimiento y la incapacidad de relajación de los músculos debido al daño en la corteza cerebral con afección de los centros motores. La Parálisis Cerebral espástica se produce normalmente cuando las células nerviosas de la capa externa del cerebro o corteza no funcionan correctamente.
- **Atetoide:** Las Personas que tienen este tipo de Parálisis Cerebral tienen unos músculos que cambian rápidamente de tono. Sus brazos y sus piernas se mueven de una manera descontrolada y puede ser difícil entenderles debido a que tienen dificultad para controlar su lengua, la respiración y las cuerdas vocales. En este estado el niño presenta movimientos involuntarios frecuentes que interfieren con los

movimientos normales del cuerpo. Son frecuentes las torsiones de las extremidades de la cara y de la lengua, la gesticulación, el babeo y el lenguaje indistinto. La Parálisis Cerebral atetoide, es el resultado de que la parte central del cerebro no funciona adecuadamente.

- **Atáxica:** En este estado el niño presenta deficiente equilibrio corporal y marcha inestable, así como dificultades en la coordinación y control en manos y ojos. La Parálisis Cerebral atáxica se produce porque el cerebelo, en la base del cerebro, no funciona bien.

A parte de los síntomas motores característicos de cada tipo de parálisis, es frecuente encontrar otra serie de factores asociados de menor gravedad que hay que tener en cuenta a la hora de llevar a cabo el tratamiento. Entre ellos podemos destacar:

- **Problemas visuales:** El problema visual más común es el estrabismo que puede necesitar ser corregido con gafas, o en los casos más graves con una operación.
- **Dificultades con la percepción espacial:** Algunos niños con Parálisis Cerebral no pueden percibir el espacio para relacionarlo con sus propio cuerpo (no pueden, por ejemplo calcular las distancias) o pensar espacialmente (como construir visualmente en tres dimensiones). Esto es debido, a una anomalía en una parte del cerebro, y no está relacionado con la inteligencia.
- **Problemas auditivos:** Los niños que tienen Parálisis Cerebral atetoide son más propensos que otros a tener problemas auditivos.
- **Problemas Respiratorios:** debido a la falta de tono de los músculos que controlan la contracción de los pulmones, los niños con parálisis presentan en la mayoría de los casos dificultades para llevar a cabo una correcta respiración.
- **Epilepsia:** La Epilepsia afecta a uno de cada tres niños con Parálisis Cerebral, pero es imposible predecir de qué manera o en qué momento se pueden desarrollar los ataques. Algunos empiezan a padecerlos de pequeños y otros en edad adulta, pero se controlan con medicación.
- **Trastornos del habla y de la comunicación:** La capacidad de comunicarse de un niño afectado por Parálisis Cerebral va a depender en primer lugar de su desarrollo

intelectual, que hay que estimular desde el principio. Su capacidad de hablar también dependerá de la habilidad para controlar los pequeños músculos de la boca, la lengua, el paladar y la cavidad bucal. Las dificultades para hablar que tienen los parálíticos cerebrales suelen ir unidas a las de tragar y masticar, aunque la intervención conjunta de diversos profesionales le ayudarán con estos problemas. La mayoría de los niños afectados podrán ejercitar en alguna medida la comunicación verbal, mientras que otros podrán beneficiarse de la utilización de sistemas aumentativos de la comunicación, como por ejemplo, comunicadores tableros y otras ayudas tecnológicas.

- **Dificultades de aprendizaje:** Aproximadamente un tercio de las personas con parálisis cerebral tienen limitaciones intelectuales de moderada a grave.

En las personas que no son capaces de controlar bien sus movimientos, o no pueden hablar, a menudo se da por supuesto que tienen una discapacidad mental. Aunque algunas personas con parálisis cerebral tienen problemas de aprendizaje, esto no es siempre así, incluso pueden tener un coeficiente de inteligencia más alto de lo normal. (RODRIGUEZ, 2013).

2.1.12. El taller artesanal en la institución.

Es una unidad de terapia que apoya mediante las actividades manuales el proceso de motricidad que es muy importante para los niños y jóvenes especiales. Con el apoyo de maestros y terapeutas logran elaborar hermosos productos en madera, tela, entre otros, elementos que se elaboraban con el aporte de los padres de familia, elevando el costo de educación que en la mayoría de los casos no están en capacidad de afrontar estos gastos.

En oportunidades se paraliza la producción de los talleres por falta de materiales. Maestros, autoridades y padres de familia apuestan a la comercialización y se lo hace a nivel local. Actualmente se elaboran productos para diferentes eventos y motivos, elementos que son de aceptación entre el público visitantes extranjeros y coordinadores de instituciones que apoyan al instituto, sugieren la venta de productos en el mercado de externo.

2.1.12.1. Niveles.

- Pre-primario,
- Primario,
- Pre-vocacional,
- Medio.

2.1.12.2. Programas.

- De intervención temprana,
- De atención a dificultades específicas de aprendizaje, integrada a la escuela regular,
- Detección en aulas de educación especial, integrada a la escuela regular,
- De atención en aulas especiales para impedimentos múltiples que funcionan en Institutos de Educación Especial,
- Apoyo psicopedagógico,
- Integración de niños con necesidades educativas especiales del sistema regular.

2.1.13. Artesanías.

La artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas.

Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable. (Roncancio P, 1999)

Artesanía: Vinculada a la acción de producir y crear un objeto o una serie de objetos y que se constituye como una actividad cuya cadena de valor contiene hitos relacionados al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados simbólicamente con el

territorio y la construcción de identidad de la comunidad en la que se insertan (sea ésta, a nivel local o nacional).

Actualmente, la definición con mayor aceptación a nivel internacional es la elaborada por la UNESCO y el Centro de Comercio Internacional (ITC), la que define las artesanías como “productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. (UNESCO, 1999).

2.1.14. Comercialización.

Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

Existen diversas formas de llevar a cabo la comercialización de un producto. La comercialización puede concretarse en tiendas, almacenes o mercados, con la mercadería a la vista del comprador. Es habitual que cada producto presente su precio en algún cartel o anotación. La comercialización también se puede desarrollar a distancia, ya sea por Internet (el comercio electrónico), teléfono o catálogo. En estos casos, lo más frecuente es que el pago de la compra se realice con tarjeta de crédito, ya que resulta más cómodo y rápido que el envío o la entrega de dinero en efectivo.

2.1.15. Comercio internacional.

Se define como comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. Las economías que participan del comercio exterior se denominan economías abiertas. Este proceso de apertura

externa se inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de 1990, al incorporarse las economías latinoamericanas, de Europa del Este y el oriente asiático. Cada vez existe mayor interrelación entre lo que ocurre en los mercados internacionales y lo que sucede en la economía de un país determinado.

2.1.16. Modelos del comercio internacional.

Las diferentes teorías que explican el proceso de funcionamiento del comercio internacional, tratan de encontrar cuáles son las causas de este comercio, por qué comercian los países y estudian los efectos del comercio internacional sobre la producción y el consumo de los países o regiones económicas.

2.1.17. Teorías tradicionales.

2.1.17.1. Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith.

La teoría clásica del comercio internacional tiene sus raíces en la obra de Adam Smith, éste pensaba que las mercancías se producirían en el país donde el coste de producción (que en el marco de su teoría del valor-trabajo se valora en trabajo) fuera más bajo y desde allí se exportarían al resto de países. Defendía un comercio libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento, era partidario del comercio basado en la ventaja absoluta y creía en la movilidad internacional de los factores productivos. Según sus teorías, ría ventajas del comercio internacional, aun cuando sus costes de producción fueran más elevados para todo tipo de productos fabricado, porque este país tenderá a especializarse en aquella producción en la que comparativamente fuera más eficiente.

2.1.17.2. Modelo Heckscher-Ohlin.

Este modelo parte de la teoría de la ventaja comparativa y afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los

factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

2.1.17.3. La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica.

El sustento básico de las teorías antes expuestas era la existencia de competencia perfecta, que permitía, por la vía del libre comercio, aumentar el bienestar de los países. A finales de los años 1970 y principios de la década de 1980, surgieron algunos economistas que esbozaron unas nuevas elaboraciones teóricas fundadas en la existencia de fallos de mercado que ponían en cuestión, no en todos los casos, la teoría clásica del comercio internacional de que los intercambios internacionales se fundamentan exclusivamente en la teoría de la ventaja comparativa y que la defensa bajo cualquier circunstancia del libre comercio y, de la no intervención estatal en esta área económica pudiera no ser la práctica óptima.

En palabras de Krugman: el replanteamiento de la base analítica de la política comercial es una respuesta al cambio real ocurrido en el ambiente y al progreso intelectual logrado en el campo de la economía. Estas nuevas teorías utilizan las herramientas de la teoría económica y la formalización matemática y suponen una crítica de mayor profundidad a las teorías neo-clásicas que las provenientes de otros campos de la economía como la sociología o la estructura económica. Asimismo, tratan de responder a dos cuestiones: la primera es por qué se comercia y la segunda, cómo debe ser la política según estas nuevas explicaciones.

La base argumental de esta teoría radica en cuando no es posible alcanzar un óptimo de Pareto a nivel mundial debido a fallos de mercado, hay que optar por elegir situaciones denominada second best o segundo óptimo.

Entre las infinitas situaciones de segundo óptimo, los Estados pueden preferir unas a otras y tomar las medidas que lleven a colocarse en un segundo óptimo distinto del establecido. Los fallos de mercado que justifican la política comercial estratégica son

básicamente la existencia de beneficios extraordinarios en un sector económico y la existencia de externalidades tecnológicas de carácter positivo.

2.1.18. Regulación del comercio internacional.

Tradicionalmente, el comercio era regulado mediante acuerdos bilaterales entre dos países. Bajo la creencia en el mercantilismo, durante muchos siglos los países imponían altos aranceles y otras restricciones severas al comercio internacional. En el siglo XIX, especialmente en Gran Bretaña, la creencia en el libre comercio tomó fuerza, y esta perspectiva ha venido dominando el cálculo político entre los países occidentales hasta la actualidad. Desde el final de la segunda Guerra Mundial, varios tratados multilaterales han intentado crear una estructura global de regulación comercial.

La mayor parte de los países comunistas y socialistas creen en la autarquía, la cual supone la ausencia completa de comercio internacional y la satisfacción de las necesidades económicas mediante la autosuficiencia. A pesar de estas creencias, todos los países se involucran en algún tipo de comercio internacional, ya que es muy difícil para un solo país satisfacer todas sus necesidades económicas. Se han utilizado varios instrumentos para manipular el comercio internacional. Éstos incluyen el arancel, las salvaguardias, las cuotas de exportación e importación y las barreras no arancelarias. Un componente esencial del comercio internacional es el transporte internacional de mercancías. Las condiciones y términos del mismo están regulados por los Incoterms. (BLANCO, 2011)

2.1.19. International Commercial Terms (INCOTERMS)

Los INCOTERMS son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador.

Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras. En otras palabras los INCOTERMS describen el momento en que el riesgo

sobre la mercancía se transfiere del vendedor (fabricante o no) al comprador (sea este el usuario final o no).

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC): International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los INCOTERMS 2010 (Desde el 1 de enero de 2011) se definen de manera privada entre las partes negociantes y se incluyen en los contratos de compra venta internacional y facturas comerciales.

- **Categoría E.**

Ex Works El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor; esto es, una entrega directa a la salida.

- **Categoría F.**

Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el Comprador; esto es, una entrega indirecta sin pago del transporte principal.

FAS Free Along side Ship: Franco al costado del buque (puerto de carga convenido). El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El Incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle. El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana. El INCOTERM FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial. (PROECUA, 2012).

FOB Free On Board o Franco a bordo: El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte, pero el coste del transporte lo asume el comprador. El Incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías.

El INCOTERM FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FCA Free Carrier o franco transportista: El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen (este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen. El incoterm FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un incoterm poco usado.

- **Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP.**

El vendedor contrata el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía o de costes adicionales por los hechos acaecidos después de la carga y despacho; esto es, una entrega indirecta con pago del transporte principal. (PROECUA, 2012).

C&F Cost and Freight ‘coste y flete’ o CFR (puerto de destino convenido): El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen.

Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los productos a granel. El incoterm CFR sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

CIF Cost, Insurance and Freight ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido): El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Como en el incoterm anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen.

El Incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar

cuando se transporta en contenedores. El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.

CPT Carriage Paid To Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido): El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte.

CIP Carriage and insurance paid to transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido): El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador. El incoterm CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos (transporte multimodal). (PROECUA, 2012).

- **Categoría D: DAT, DAP y DDP.**

El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino; esto es una entrega directa a la llegada. Los costes y los riesgos se transmiten en el mismo punto, como los términos en E y los términos en F. Los términos en D no se proponen cuando el pago de la transacción se realiza a través de un crédito documentario, básicamente porque las entidades financieras no lo aceptan.

Delivered At Terminal (DAT) Entregado en terminal (puerto de destino convenido): El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos incoterms 2010 con DAP y reemplaza el incoterm DEQ.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la terminal definida.

También asume los riesgos hasta ese momento. El concepto terminal es bastante amplio e incluye terminales terrestres y marítimas, puertos, aeropuertos, zonas francas, etc.):

por ello es importante que se especifique claramente el lugar de entrega de la mercancía y que este lugar coincida con el que se especifique en el contrato de transporte.

Delivered at place (DAP) entregado en un punto (lugar de destino convenido): El incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento. (PROECUA, 2012).

Delivered Duty Paid (DDP): entregada derechos pagados (lugar de destino convenido): El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. Para un término dado, "Sí" indica que el vendedor tiene la responsabilidad de proveer el servicio incluido en el precio; "No" indica que es responsabilidad del comprador.

Si el seguro no está incluido en los términos (por ejemplo, CFR) entonces el seguro para el transporte es responsabilidad del comprador. (PROECUA, 2012).

2.1.20. Factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero.

Las empresas deciden internacionalizarse por diferentes razones, estas pueden clasificarse en proactivas o agresivas y reactivas o defensivas. La principal razón por la cual grandes empresas deciden expandir sus operaciones al extranjero es porque ven su competitividad amenazada o decayendo; para poder seguir compitiendo estas empresas quieren moverse rápido para obtener posiciones importantes en mercados claves como Europa. América Latina. Estados Unidos y Japón. . (DERESKY, 2007)

Algunas de las razones reactivas por las que las empresas deciden iniciar operaciones en el extranjero son:

- La globalización de sus competidores,
- La demanda de los consumidores.

Algunas de las razones proactivas que tienen las empresas para iniciar operaciones en el extranjero son las siguientes:

- Economías a escala,
- Oportunidades de Crecimiento,
- Acceso a recursos y ahorro en costos y,
- Incentivos.

Para centrarnos a hablar de los factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero tenemos que conocer la importancia de seleccionar mercados internacionales.

2.1.21. Importancia de la selección de mercados exteriores.

La internacionalización puede ser percibida como una parte del proceso estratégico continuo de muchas empresas. La principal diferencia, entre la internacionalización y otro tipo de procesos estratégicos, radica, en primer lugar, en que cuando una empresa decide transferir productos o servicios más allá de sus fronteras, entonces tendrá que seleccionar dónde o con quién cerrará dichas transacciones internacionales.

En segundo lugar, la empresa deberá seleccionar cómo desea cerrar la transacción, lo que implica decidir el modo de entrada en los mercados exteriores. De los trabajos sobre el proceso de internacionalización se desprende que el paso de seleccionar el país de destino de las exportaciones, inversiones o productos es una decisión que la empresa deberá tomar antes de decidir qué modo de entrada utilizar.

A pesar de ello, esta decisión no se ha investigado de manera exhaustiva, centrándose la mayoría de los trabajos en la decisión de modos de entrada, dando por hecho el país de destino en el que se pretende entrar. En otras palabras, mientras que los tipos de transacciones de intercambio en mercados internacionales han sido ampliamente

estudiados, son pocos los investigadores que se han centrado en estudiar el proceso a través del cual las empresas seleccionan dónde o con quién cerrar esas transacciones (ANDERSEN Y BUVIK, 2002).

Por lo tanto, podríamos afirmar que, junto con la elección del modo de entrada, la selección de los mercados exteriores en los que operar es la decisión más importante en la internacionalización de la empresa. La selección de mercados exteriores es una decisión sobre el posicionamiento competitivo de la empresa, tanto en sentido geográfico como psicológico. Sin tener en cuenta el modo de entrada que seleccione la empresa, factores como la localización de la producción, de las redes de distribución, de la fuerza de ventas o de las fuentes de financiación, serán determinantes para establecer cómo está posicionada la empresa con respecto a sus competidores y a las oportunidades que puedan aparecer. Por un lado, seleccionar el mercado correcto es cada vez más importante para las empresas, debido también a la mayor importancia que están teniendo los bloques económicos y de comercio formado por diferentes países.

En la mayoría de los casos, en dichos acuerdos económicos o de comercio suelen determinarse tratos preferenciales para aquellas empresas que estén localizadas en los países que pertenecen al acuerdo. Por otro lado, una mala selección de mercados puede ser muy costosa, sobre todo para las pymes.

2.1.22. Factores determinantes de la selección de mercados exteriores.

De todos los estudios revisados observamos que existe una clara diferencia entre los factores que determinan la decisión de localización de la IDE y los factores que enmarcan la decisión de selección de mercados exteriores. Si bien los primeros se basan en ventajas de localización o de propiedad específicas de las empresas inversoras sobre el país destino de dicha IDE, los segundos se centran en determinar las características de las empresas relacionadas con las ventajas que ofrece un país determinado para su selección como destino.

Por esta razón hemos, decidido explicar en dos epígrafes distintos los factores determinantes de la decisión de selección de mercados exteriores, considerando que unos se han estudiado específicamente bajo la perspectiva de la IDE y otros han sido

estudiados bajo la perspectiva de la selección de mercados exteriores por parte de las empresas.

2.1.23. Factores determinantes de la localización de la IDE.

La revisión de la literatura sobre localización de la IDE nos revela que existen dos enfoques claramente diferenciados:

- a) El enfoque macroeconómico, centrado en explicar los flujos de IDE entre países,
- b) El enfoque microeconómico centrado en analizar las características de la empresa multinacional y las motivaciones que influyen en la decisión de la localización de sus inversiones exteriores.

Dentro del enfoque macroeconómico cabe destacar la línea de investigación centrada en analizar la senda de desarrollo de la IDE, International Development Path.

Este enfoque propone la existencia de una relación sistemática entre el nivel de desarrollo de una economía y el tipo de inversión que recibe. Bajo esta perspectiva la transformación estructural implícita en el desarrollo económico incide significativamente sobre la ventaja competitiva de las empresas locales, por tanto sobre su capacidad de multinacionalización y sobre las ventajas de localización ofrecidas. Sobre esta base, se propone la existencia de una interacción dinámica entre la estructura económica de un país y el stock de IDE recibida y emitida.

Atendiendo al objetivo general de la presente investigación, y a pesar del interés que este enfoque macroeconómico pueda suscitar, el desarrollo del presente apartado se centrará en revisar el enfoque microeconómico de la localización de la IDE. Entrando de lleno en el enfoque microeconómico, si queremos establecer qué factores tradicionalmente han explicado la decisión de localización de IDE debemos recurrir básicamente a los factores especificados en el paradigma ecléctico de Dunning (1988).

En dicho modelo se establecen las condiciones para determinar por qué las multinacionales localizan sus inversiones directas en diferentes países. Las ventajas de

propiedad y de internalización se derivan de la explotación de recursos y capacidades específicos de las empresas y de la reducción de los costes de transacción.

El tercer elemento importante en el paradigma ecléctico son las ventajas de localización que en los últimos años se han vuelto a considerar como un aspecto clave debido, en primer lugar, a los cambios experimentados durante las últimas dos décadas por la extensión, carácter y geografía de la actividad de las multinacionales y, en segundo lugar, a la conexión entre los aspectos espaciales de las actividades de valor añadido de las empresas multinacionales y la competitividad de las mismas.

En función de lo que establece Dunning (1998) la localización de las inversiones directas viene determinada por la búsqueda de nuevos mercados, de recursos, de la eficiencia o de activos estratégicos. Esto implica que existen diferentes criterios para determinar la localización de las empresas que dependen de la motivación para dicha localización. Por lo tanto, hay que identificar las variables que ejercen un mayor impacto sobre los diferentes tipos de inversión.

Dunning (1993) sugirió que las empresas que buscan nuevas oportunidades a través de la IDE lo hacen en función de diferentes razones: para expandir en los países de destino la relación existente entre compradores y proveedores, para anticiparse a la competencia, para producir más cerca de los mercados locales, para tener costes de transporte más bajos o para beneficiarse de los incentivos de inversión.

Llegados a este punto, una vez revisados los factores propuestos por Dunning (1988; 1998), es importante destacar que la mayoría de los estudios realizados hasta ahora se han centrado en los datos totales de afluencia de inversión directa, sin tener en cuenta las relaciones entre las características específicas de la localización y el tipo de motivación que subsiste detrás de la IDE. (HABIB Y ZURAWICKI, 2002).

Por esta razón, para el desarrollo del presente trabajo de investigación es relevante revisar el modelo propuesto por Makino et al. (2002), que sí incorpora factores relacionados con la motivación y las capacidades de las empresas que quieren realizar IDE en una localización en concreto.

Este modelo se centra en dos perspectivas diferentes, pero complementarias de la IDE. Desde la perspectiva de explotación de recursos, la IDE se considera como la

transferencia de los recursos propiedad de la empresa a través de las fronteras, en cambio, desde la perspectiva de búsqueda de recursos, la IDE se define como un medio para conseguir activos estratégicos (p.ej. tecnología, marketing y experiencia de gestión) disponibles en los países de destino.

Los promotores de este modelo, Makino et al., (2002), argumentan que las empresas de las nuevas economías industrializadas se comprometen en invertir en países desarrollados no sólo cuando aquellas poseen ventajas específicas susceptibles de ser explotadas en dichos países, sino que también se involucran en estos países cuando desean buscar recursos basados en la tecnología o desarrollar habilidades para un mercado determinado. Con el fin de contrastar empíricamente este modelo de selección de localizaciones de inversión directa, los autores analizaron las decisiones de inversión realizadas por 328 empresas taiwanesas, centrándose principalmente en dos factores que pueden influir en la decisión de localización de la IDE:

- (1) Las motivaciones de la empresa para invertir en el exterior y,
- (2) Las capacidades de la empresa para comprometerse en realizar la IDE.

La motivación de la empresa para realizar IDE se refiere a cuál es la razón que impulsa a la empresa a invertir en el exterior. El segundo factor, las capacidades de la empresa, hace referencia a los recursos y habilidades que posee la misma para poder invertir en el extranjero. Por lo tanto, en función de los factores considerados en este modelo, Makino et al., (2002), consideran que las empresas se comprometen en mercados exteriores a través de la inversión directa, porque están motivadas para hacerlo y, además, porque poseen las capacidades para hacerlo.

2.1.24. Formas de ingresar a un mercado extranjero.

La manera en que una empresa desea ingresar en el mercado extranjero depende de muchos factores que deben tomarse en cuenta, tanto externa a la empresa como interna de la misma.

Deben considerarse como factores internos de la empresa los objetivos de la misma, la necesidad de control, las capacidades y recursos internos y la flexibilidad con la que es administrada. Por otra parte, los factores externos que deben tomarse en cuenta son el tamaño y crecimiento del mercado, el riesgo, las regulaciones gubernamentales, ambiente competitivo, y la infraestructura local. (MORALES TRONCOSO, 2000)

Las formas de acceso a los mercados exteriores y la conexión con alguno de sus canales de distribución no están predeterminadas y deben evolucionar en función de la estrategia de cada empresa para adaptarse a los cambios de los mercados. Por ello, es frecuente que las empresas opten de entrada por un sistema de comercialización exploratorio, poco costoso y con riesgos muy medidos, que con el tiempo pueda dar paso a fórmulas más complejas y onerosas, pero también más eficaces y rentables. La gran variedad de situaciones a que debe hacer frente una empresa cuando decide abordar los mercados exteriores exige dar respuesta a las preguntas siguientes:

- ¿Cuál es la mejor estrategia de comercialización posible en función del producto, la clientela y los recursos disponibles, tanto humanos como materiales?
- ¿Qué estructuras de implantación comercial existen en cada mercado que permitan la presencia continuada del producto?
- ¿Cuál es la logística más adecuada para cada producto y cada destino final?

El hallar respuesta a estas preguntas conducirá a la empresa a formular una adicional:

- ¿Cuál es la mejor solución para lograr con éxito la distribución del producto?

Las formas de acceso a los mercados, según la naturaleza del control que se ejerce sobre el canal de distribución, permiten cuatro posibilidades de actuación:

- 1) Las que dan a la empresa suficiente control de la acción sobre los mercados, cuya expresión son las distintas formas de venta directa: red comercial propia con apoyo de agentes comerciales, filial comercial y sucursal.
- 2) Las que hacen compartir a la empresa con terceros la soberanía comercial, como el piggy back, el consorcio de empresas para exportar y la Agrupación Europea de Interés Económico.

- 3) Las que suponen subcontratación de las ventas en el exterior, que, si bien permiten cierta presencia de la empresa en mercados exteriores, reducen a niveles ínfimos el grado de control sobre los mercados, como por ejemplo, el recurso a una Trading Company, o la venta a través de un importador distribuidor.
- 4) Las que implican una implantación definitiva en el mercado de destino, y abren el campo de la exportación por inversión: joint venture, exportación planta llave en mano, cooperación empresarial y apertura de un centro de producción propio en el extranjero.

La decisión de la empresa exportadora de escoger una de las soluciones apuntadas obedecerá, además, a consideraciones de tipo fiscal, financiero y organizativo, que será necesario estudiar y concretar para cada mercado. Después de analizar estos factores en el mercado del país meta, se reconocen siete formas para entrar en el mercado extranjero: exportaciones, licencias, franquicias, contrataciones, alianzas estratégicas, subsidiarias y joint ventures. (GONZÁLEZ, Marketing siglo XII, 2011)

- Exportaciones: Consiste en vender los productos de la empresa en el extranjero.
- Licencias: Cuando una firma local ofrece una parte de sus activos a una compañía extranjera a cambio de beneficios, los cuales pueden ser marcas registradas, tecnología, procesos de producción, o patentes.
- Franquicias: Es un convenio en el cual la empresa dueña de la franquicia da al comprador el derecho a usar su nombre de marca, marca registrada, modelos de negocios, y procesos en un lugar determinado por un periodo de tiempo predefinido: a cambio de esto el comprador debe pagar al dueño de la franquicia parte de sus utilidades y, en algunos casos, otros beneficios.
- Contrataciones: La compañía extranjera contacta a una empresa manufacturera local para producir algunas partes de su producto o el producto completo: sin embargo, todas las demás operaciones siguen siendo responsabilidad de la empresa.
- Joint Ventures: La compañía extranjera acuerda compartir sus utilidades y otros recursos con otras compañías con el fin de establecer una nueva empresa en el país meta.

- Subsidiarias: La mayoría de las empresas multinacionales que quieren entrar en el mercado extranjero siendo dueños al 100% de la empresa, prefieren:
- Ingresar mediante subsidiarias: Hay dos formas de ingresar al mercado extranjero con las subsidiarias: mediante adquisiciones, cuando se compra una empresa existente y bien establecida, o cuando se inicia una nueva compañía desde cero.
- Alianzas estratégicas: Se definen como la unión de dos o más organizaciones para alcanzar metas significativas que benefician a todas.

2.1.25. Exportación.

Es la operación logística que consiste en la salida de productos o servicios ecuatorianos fuera del mercado nacional, es decir hacia el extranjero, con un fin determinado como: su venta, exhibición, degustación, etc.

- En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional.
- La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.
- Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico.
- Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.
- La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

La legislación nacional contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal. (JOHN D. DANIELS, 2004).

La exportación definitiva, se encuentra definida en el Capítulo VE "Regímenes Aduaneros" artículo 154, del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN.

COMERCIO E INVERSIONES, como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).)

La exportación temporal, para reimportación en el mismo estado y para perfeccionamiento pasivo se encuentra definida en el Capítulo VII "Regímenes Aduaneros" artículo 155 y artículo 156 respectivamente, del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, artículo 155 es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga.

El artículo 156 es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio.

Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revigorizar la actitud de todo empresario exitoso: "Lo mejor de mi esfuerzo para mi cliente: los más y mejores clientes por mi esfuerzo '. Adicionalmente. El exportador debe tener metas claras, ya que sólo quien las tiene puede alcanzarlas. Después, prepárese para exportar. (Banco Nacional de Comercio Extenor. S.N.C., v)

1. Actitud del exportador: En el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo. En efecto, la empresa deberá asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas.

2. Ventajas empresariales de exportar: Algunas ventajas que se obtienen de la actividad exportadora son:

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa,
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas,
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada,

- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta y,
- Créditos menos caros.

3. Algunos puntos de cuidado cuando se exporta: Cuando exporte deberá cuidar especialmente algunos aspectos, como:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados,
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto,
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos ,
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes,
- Contratar seguros, conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago y,
- Usar cartas de crédito.

4. Elementos generales de la exportación.

- Punto de partida: Un producto que ofrecer.- Identificar el producto que se venderá en los mercados extranjeros, seleccionar el mercado y la forma de ingresar a éste, son tres de los elementos clave para una exitosa operación de exportación. Un punto importante por considerar, es qué mecanismos se deben utilizar para poder ser competitivo.
- Las fuentes de información: El éxito en el proceso de exportación depende, entre otros factores, de una buena recopilación de información. Por ello es recomendable que las empresas que desean exportar por primera vez o diversificar sus mercados en el exterior, realicen en primera instancia una investigación documental que les permita establecer un plan estratégico de negocios de exportación dándole a la actividad un horizonte de permanencia y no un carácter transitorio o coyuntural, de una actividad marginal dentro de la producción y las ventas de la empresa.
- Plan de Exportación: El plan de exportación es una descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la empresa planea

desarrollar, sirve como herramienta para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación, por ejemplo a los bancos para obtener apoyo y financiación. Existen varios modelos de planes de exportación que surgen como necesidad de ordenar en forma metódica la información necesaria para iniciar las actividades de exportación, cada empresa tiene un modelo diferente.

Considerar al Plan de Exportación como un instrumento para lograr la mejor combinación de capacidades y recursos con los que dispone una MEPYME, encaminados a posicionarse por primera vez o a consolidarse en un determinado mercado internacional.

2.1.25.1. Estrategias.

La exportación es el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro. Al término de una exportación se recibe dinero. Existen diferentes maneras en que una empresa puede exportar sus bienes y servicios.

Una manera de exportación la que se realiza entre la empresa exportadora y una empresa relacionada, como por ejemplo, una sucursal o subsidiaria. En ocasiones, las empresas exportan a clientes independientes o directamente a los compradores por medio de intermediarios. Las empresas también pueden exportar bienes semi-acabados que otras empresas relacionadas utilizan en su proceso de manufactura.

2.1.25.2. Características.

Cuando una empresa decide ingresar a otro país lo puede hacer de diferentes maneras. Existen tres factores que determinan el modo de ingreso de la empresa en otro país: las ventajas de propiedad de la empresa, las ventajas de ubicación del mercado y las ventajas de internacionalización.

Las ventajas de propiedad se refieren a los activos fijos de la empresa, a su experiencia internacional y su capacidad para desarrollar productos innovadores. Las ventajas de ubicación del mercado se refieren al tamaño y potencial de crecimiento del mercado.

Por último, las ventajas de internacionalización se refieren a las habilidades que posee la empresa para alcanzar sus metas por méritos propios, es decir, sin ceder licencias a otras compañías. La elección de ingresar a mercados extranjeros también puede darse como resultado de un objetivo de la empresa.

2.1.25.3. Ventajas y desventajas.

La exportación requiere de una baja inversión y permite a los administradores tener un control operativo mayor, sin embargo, exportar también significa perder control sobre el marketing de la empresa. Conforme una empresa crece, la oportunidad de exportar es cada vez mayor.

Y aunque, por ahora, las empresas más grandes son las principales exportadoras, las empresas pequeñas también están desarrollando estrategias de exportación para entrar en el mercado de otros países. Los ingresos totales de una empresa no se correlaciona directamente con el tamaño de la empresa, esto quiere decir que la intensidad de las exportaciones se determinará en base a la relación ingresos-exportaciones.

2.1.25.4. Etapas de desarrollo.

En ocasiones, la exportación se puede dar por accidente y no como consecuencia de un plan de negocios. Es por esto que las empresas muchas veces se encuentran en situaciones imprevistas y nuevas. Conforme las empresas adquieren mayor experiencia en este rubro, estas tienden a ampliar más su mercado y a diversificar sus productos.

Etapa 1: Compromiso inicial: Dentro de la primera etapa se encuentran las empresas que venden sus productos o servicios en el mercado doméstico y las empresas interesadas en ser futuras exportadoras.

Etapa 2: Exportación inicial: En la segunda etapa se consideran a las empresas que realizan exportaciones esporádicas, empresas con potencial en los mercados de exportación y, por último, empresas incapaces de cumplir las expectativas de exportadoras.

Etapa 3: Avanzada: En la última etapa se consideran a las empresas se realizan exportaciones regulares, empresas que tienen experiencia realizando ventas en otros países, y empresas capaces de usar diferentes estrategias para ingresar a los mercados.

2.1.25.5. Errores frecuentes.

En el área gerencial pueden surgir problemas relacionados con la falta de asesoría calificada. La ausencia de compromiso por parte de los administradores de solucionar los problemas iniciales también puede resultar en un grave problema. En ocasiones, los administradores tienden a descuidar el mercado de exportación cuando el mercado doméstico está en auge. En el área de mercadotecnia, se pueden encontrar errores en el desarrollo del plan de negocios a nivel internacional, esto incluye el mal establecimiento de una base de operaciones rentables y crecimiento ordenado de la compañía. En el área de recursos humanos se pueden encontrar problemas relacionados con la falta de cuidado al seleccionar a los intermediarios y distribuidores. La desigualdad en el trato de los empleados domésticos e internacionales también surge como un problema frecuente dentro de ésta área. En general, podemos identificar problemas relacionados con el idioma, las diferencias culturales, el personal incapacitado en el manejo de exportaciones, entre otros más.

2.1.26. Logística.

La logística es una función administrativa, operativa, comercial y financiera que comprende todas las actividades necesarias para la administración estratégica del flujo, almacenamiento de materias primas, componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en la forma adecuada, en el lugar correcto, al costo y en el momento apropiado.

La logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial, suele ser un diferenciador al momento de costear un producto por los ahorros que puede generar, debido a la importancia de esta actividad en la globalización económica internacional, nuevas tecnologías y soporte a la actividad industrial, lo cual supone que una infraestructura logística internacional adecuada es un elemento imprescindible para el posicionamiento de cualquier país en el panorama económico internacional.

2.1.27. Diseño de una estrategia.

El diseño de una estrategia de exportación es fundamental para evitar los errores antes mencionados y sirve de guía para la toma de decisiones. Si se quiere tener una estrategia exitosa, la gerencia debe seguir los siguientes pasos:

Evaluar el potencial de la empresa: El potencial de exportación debe ser examinado en base a las oportunidades y recursos de la empresa. Como primer paso, la empresa debe determinar si existe un mercado para sus bienes y servicios, y posteriormente, evaluar si será capaz de cubrir con las expectativas de producción deseadas.

Obtener asesoría en exportación: Para la etapa inicial de exportación se puede pedir asesoría en el Departamento de Comercio del Gobierno del país. Sin embargo, conforme el proceso de exportación avance, se necesitará la asesoría de bancos, abogados, empresas comercializadoras, etc.

Seleccionar mercado(s): Se puede llevar a cabo de dos formas, pasiva o activamente. En el primer caso, la empresa se adentra en los mercados aprendiendo por medio de ferias comerciales, anuncios o artículos de publicaciones comerciales. En el segundo caso, la empresa busca los mercados donde se exportan productos similares a los suyos.

Formular e implantar una estrategia de exportación: Por último, la empresa debe definir sus objetivos de exportación a seguir, así también como las tácticas a utilizar y el establecimiento de fechas límite para la realización de sus actividades. (JOHN D. DANIELS, 2004).

2.1.28. Top-Down.

El método top-down, es traducible como desde arriba hacia abajo, consiste en llegar a la toma de decisiones a partir de lo general hacia lo particular, es decir, desde los aspectos generales, políticos o macroeconómicos, que influyen sustancialmente en los mercados de valores, para alcanzar finalmente un análisis particular o microeconómico de la empresa en particular, que lleve a fijar el precio objetivo al cual debería cotizar la empresa en el mercado.

El análisis de acciones top-down surge de tomar en cuenta el marco en el que se hará inversión, la coyuntura tanto económica como financiera de los países, o sea, el nivel de tasas de interés de referencia, los de spreads de riesgo, las proyecciones de crecimiento y la situación de los países o de los grandes bloques para poder definir en qué región o nación colocar el dinero.

Una vez que se sabe en qué país invertir, hay que definir en qué sectores se hará. Para eso, hay que analizar su coyuntura. Para eso, se requiere de un estudio pormenorizado de ellos: si están regulados, si se benefician de un tipo de cambio más competitivo, si posee riesgos implícitos a su actividad específica, sus márgenes de rentabilidad, si se trata de uno cíclico.

2.1.29. Método Top Down para calcular los precios de los productos.

Top Down, es uno de los mejores métodos de costeo para calcular su precio de exportación, pero lo mejor es utilizarlos de forma paralela, hacer dos cálculos separados y luego comparar uno contra el otro para lograr un resultado finamente equilibrado. Esto es lo que debes hacer:

Top Down: Se trabaja desde el precio final ideal para el cliente hacia usted.

La razón por la cual es mejor usar este método en paralelo es que utilizando un solo método se pueden tener muchos puntos débiles. Por lo tanto, el cálculo de su precio de venta final se debe realizar mediante el método de Top Down, el cual es un acto de equilibrio que todos los vendedores deben enfrentar.

2.1.30. Método Top Down para analizar una acción.

El análisis de acciones top-down surge de tomar en cuenta el marco en el que se hará inversión, la coyuntura tanto económica como financiera de los países, o sea, el nivel de tasas de interés de referencia, los de spreads de riesgo, las proyecciones de crecimiento y la situación de los países o de los grandes bloques para poder definir en qué región o nación colocar el dinero. Una vez que se sabe en qué país invertir, hay que definir en qué sectores se hará. Para eso, hay que analizar su coyuntura. Para eso, se requiere de un estudio pormenorizado de ellos: si están regulados, si se benefician de un tipo de cambio más competitivo, si posee riesgos implícitos a su actividad específica, sus márgenes de rentabilidad, si se trata de uno cíclico. (MS. GUSTAVO NEFFA, ANALISTA / SALA DE INVERSIÓN AMÉRICA, 2014)

Este último paso suele definirse como el “stock-picking”: el análisis y selección de las mejores firmas de ese país y de ese sector, o sea, las características de riesgo y retorno específicas de una compañía. La valuación que hacen de los precios de las compañías se basa, en general, en métodos de descuento de flujos financieros. Aquí, se deben proyectar los flujos de caja futuros, analizar el posible patrón de crecimiento operativo, así como la tasa de descuento empleada en función del activo seleccionado, que posee menor o mayor riesgo.

Se debe proyectar el flujo de fondos esperado para un período definido de años y, de ahí en más, evaluarlo bajo la forma de una perpetuidad, teniendo en cuenta, además, las estimaciones macro y sectoriales que ya se han estudiado en los dos pasos anteriores. Las cifras estimadas deben luego descontarse a la tasa apropiada para encontrar el valor intrínseco de un activo o bien el valor que debería tener. Si el de mercado difiere de este último, se toma una decisión: de comprar (si es menor) o vender el activo (si es mayor). (MS. GUSTAVO NEFFA, ANALISTA / SALA DE INVERSIÓN AMÉRICA, 2014)

2.1.30.1. Aspectos macroeconómicos.

Siempre se debe tener presente la coyuntura por la cual atraviesa la economía mundial, en especial, las tasas de crecimiento de los países.

Una que no lo hace, difícilmente pueda otorgarle un piso firme a la apreciación de cualquier compañía de ese país. Por eso, es necesario tener en cuenta el consenso de mercado, junto a otras variables como la producción industrial y la inflación. Por otro lado, los niveles de tasas de interés internacionales son muy importantes, porque si es bajo provoca subidas en los precios de las acciones (y viceversa), por lo que por regla general, tiene sentido comprar cuando estas caen, porque la valoración de las empresas se basa en técnicas de descuento de flujos futuros al momento presente.

Además, los costos financieros y los márgenes son un rubro apreciable en los gastos de cualquier compañía, por lo que los tipos más bajos implican menores gastos y, por lo tanto, aumentos del beneficio previsible y del precio del papel. Entre las acciones que se benefician cuando caen las tasas, se encuentran las financieras, mayormente debido a que en tales períodos pagan menos intereses pasivos en concepto de cuentas y depósitos a plazo.

Si los tipos están deprimidos, el mercado inmobiliario y constructor se beneficia. Asimismo, resultan favorecidos la industria maderera y los fabricantes de electrodomésticos, que representan sectores de insumos para la actividad de la construcción. (MS. GUSTAVO NEFFA, ANALISTA / SALA DE INVERSIÓN AMÉRICA, 2014).

Los precios de los commodities juegan un papel fundamental en el caso de las acciones orientadas hacia la exportación de esos productos o bien de aquellas que deben importar insumos intermedios para sus procesos de fabricación, y que por lo tanto impactarán en sus estructuras de costos. Los aspectos regionales también tienen peso propio en la evolución de las cotizaciones, especialmente para aquellas empresas muy dependientes de la integración con países vecinos.

Éste es el caso de la evolución de los indicadores macroeconómicos de los demás países de la Unión Europea para la zona euro, o bien para aquellas que comercian en una unión aduanera, como es el caso del sector automotriz dentro del Mercosur. (MS. GUSTAVO NEFFA, ANALISTA / SALA DE INVERSIÓN AMÉRICA, 2014)

Sin duda, la importancia de los aspectos macroeconómicos domésticos es mayor de lo que se cree: la coyuntura económica de un país influye sobre la microeconomía de sus compañías, así como se ve reflejada en ella su situación.

Una vez que el analista tiene un grado de conocimiento del entorno macroeconómico, tanto internacional como doméstico, puede mirar el sector en que se desenvuelve. Los indicadores sectoriales sirven para proyectar las tendencias del sector en el que la firma se desempeña:

- coyuntura, estructura, oportunidades de nuevas inversiones y crecimiento, etc.

La competencia desempeña un papel preponderante a la hora de analizar los factores sectoriales, dado que las empresas comparables ofrecen una gama de ratios que constituyen un punto de referencia para el estudio de una firma. La estructura y composición del sector y del mercado son datos vitales para estimar los flujos de fondos. La evolución de los precios de los productos y su estimación suele hacerse en función de los valores de mercado actuales e históricos, los de consenso o de otras fuentes especializadas.

También, para las que venden un mix de productos diversificados, se puede hacer un promedio sobre la base de una proyección de sus negocios, tanto por productos como por mercados. Los aspectos relacionados con el crédito disponible hacen a la estructura de capital del sector y su grado de apalancamiento financiero, es decir su relación deuda/patrimonio neto. Cuanto mayor sea el disponible y menor sea su costo, mayor es la factibilidad de realizar proyectos de inversión rentables. La existencia de muchas obligaciones a largo plazo puede ser una mala señal, y si son a corto plazo, peor. (MS. GUSTAVO NEFFA, ANALISTA / SALA DE INVERSIÓN AMÉRICA, 2014)

2.1.30.2. Cómo calcular el valor del Top Down del proyecto.

Según la información bibliográfica recopilada, para realizar un análisis top-down de la posible exportación y con ello la tabla correspondiente, inicialmente debemos tener en cuenta los siguientes pasos:

- Precio final del producto en comparación con el mercado,
- Costos logísticos según el Incoterm,
- Costos específicos para la exportación y, los posibles costos variables.

2.2.MARCO CONCEPTUAL.

ARTESANÍA.- Un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano.

COMERCIALIZACIÓN.- Proceso necesario para mover los bienes, en el espacio y el tiempo del productor al consumidor.

COMERCIO EXTERIOR.- Se define como el comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

COSTOS.- Es la medición del valor que representa el esfuerzo y el uso de los recursos en función del cálculo de los costos o gastos del proyecto.

DEMANDA ACTUAL.- Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están, adquiriendo a un precio determinado ya un momento dado.

DEMANDA FUTURA.- Es la cantidad de bienes y servicios de los consumidores puedan adquirir a partir de una proyección basada en datos anteriores.

EDUCACIÓN ESPECIAL.- Es aquella destinada a alumnos con necesidades educativas especiales debidas a superdotación intelectual o bien a discapacidades psíquicas, físicas o sensoriales.

EXPORTACIÓN.- En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo con propósitos comerciales.

FINANCIAMIENTO.- Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

MERCADO.- Se puede definir como el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio.

PROCESO DE PRODUCCIÓN.- Se entiende por las actividades intrínsecas al proyecto tendientes a transformar y combinar el conjunto de insumos a través del uso de los equipos apropiados hasta la total obtención del bien o servicio en cuestión.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.- Mide el rendimiento relativo de los valores actuales por cada unidad invertida.

RENTABILIDAD: Es la gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. Es la remuneración al capital invertido. Se expresa en porcentaje sobre dicho capital.

RIESGO.- Contingencia o peligro de que se produzca un daño. Inseguridad de cobrar una deuda. Parte dispuesta de un crédito.

2.3.HIPÓTESIS.

2.3.1. Hipótesis general.

La elaboración de un proyecto de exportación permitirá la venta de artesanías en madera y otros elementos elaborados por los niños y jóvenes del Instituto de Educación Especial Carlos Garbay M. hacia el mercado de los Estados Unidos de América.

2.3.2. Hipótesis específicas.

H1: El análisis de la situación social, administrativa, educativo y de producción en el Instituto Carlos Garbay permitirá plantear una propuesta de exportación de artesanías.

H2: Con el proyecto de exportación, se produce y comercializa de artesanías en el mercado internacional

H3: La determinación de la demanda ayudará en la mejora del proyecto de exportación de artesanías en el estado de california de los estados unidos de Norteamérica.

H4: El plan de exportación se basa en leyes y convenios que benefician a los productos artesanales de la institución educativa.

H5: La realización del análisis económico financiero determina la factibilidad de la propuesta de exportación.

2.4.VARIABLES.

2.4.1. Variable dependiente.

➤ Proyecto de exportación.

2.4.2. Variables independientes.

➤ Logística,

➤ Leyes,

➤ Calidad,

➤ Cantidad,

➤ Ingreso económicos.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

El detalle o definir como se realizó la investigación, puntualiza la forma como se obtendrá la información y las actividades a realizar para conseguir los objetivos planteados. Los elementos que componen el diseño metodológico son.

3.1.MODALIDAD.

Aquí se anota la investigación que de acuerdo al enfoque orienta a la integración de la modalidad cuali-cuantitativa.

3.2.TIPOS.

Se orienta según varios tipos de investigación que pueden ser:

- Bibliográfica-Documental,
- De campo,
- Descriptiva.

3.3.MÉTODOS.

Procedimiento riguroso formulado lógicamente para la adquisición, organización y transmisión de conocimientos.

El método norma toda actividad científica, de búsqueda de una verdad, de investigación, es la etapa de investigación o investigadora, en la cual se descubren elementos del conocimiento en una determinada rama del saber, aspectos nuevos de los elementos ya conocidos, y se establecen racionalmente y mediante pruebas experimentales, relaciones y conexiones entre unos y otros.

Para nuestra investigación utilizamos los siguientes métodos: inductivo – deductivo y analítico – sintético. Parte con el análisis de la situación de las empresas dedicadas a la producción de artesanías en diferentes materiales, los problemas que tienen en la comercialización.

Con el empleo de instrumentos reunimos cada una de las partes de un diagnóstico para ir analizando uno por uno como parte de la solución y el mejoramiento de la situación económica del taller de productivo didáctico del Instituto Carlos Garbay. La investigación será bibliográfica documental, descriptiva, en la que se emplea datos y documentos relacionados a la producción y comercialización de las artesanías.

3.4.TÉCNICAS.

Contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

Definición de los sujetos: Personas u objetos que van a ser investigados. La recolección de la información es recopilada para alcanzar los objetivos de la presente investigación, dicha información se obtiene de personas dedicadas a exportación de diferentes productos.

Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información: En la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas de recolección de información que se detallada continuación:

La encuesta: Es un instrumento que diseñado adecuadamente nos permite recabar información precisa respecto al proceso de producción, comercialización de las artesanías en madera, tela.

La entrevista: Contando con una guía estructurada de preguntas, esta se planteará a expertos en el tema, autoridades que conocen los procesos de exportación y comercialización de productos en el mercado externo.

3.4.1. Diagnóstico situacional.

En el diagnóstico situacional se mostrará además de las personas, instituciones y organizaciones involucradas, los factores tanto externos como internos que afectaran al desarrollo del plan de exportación.

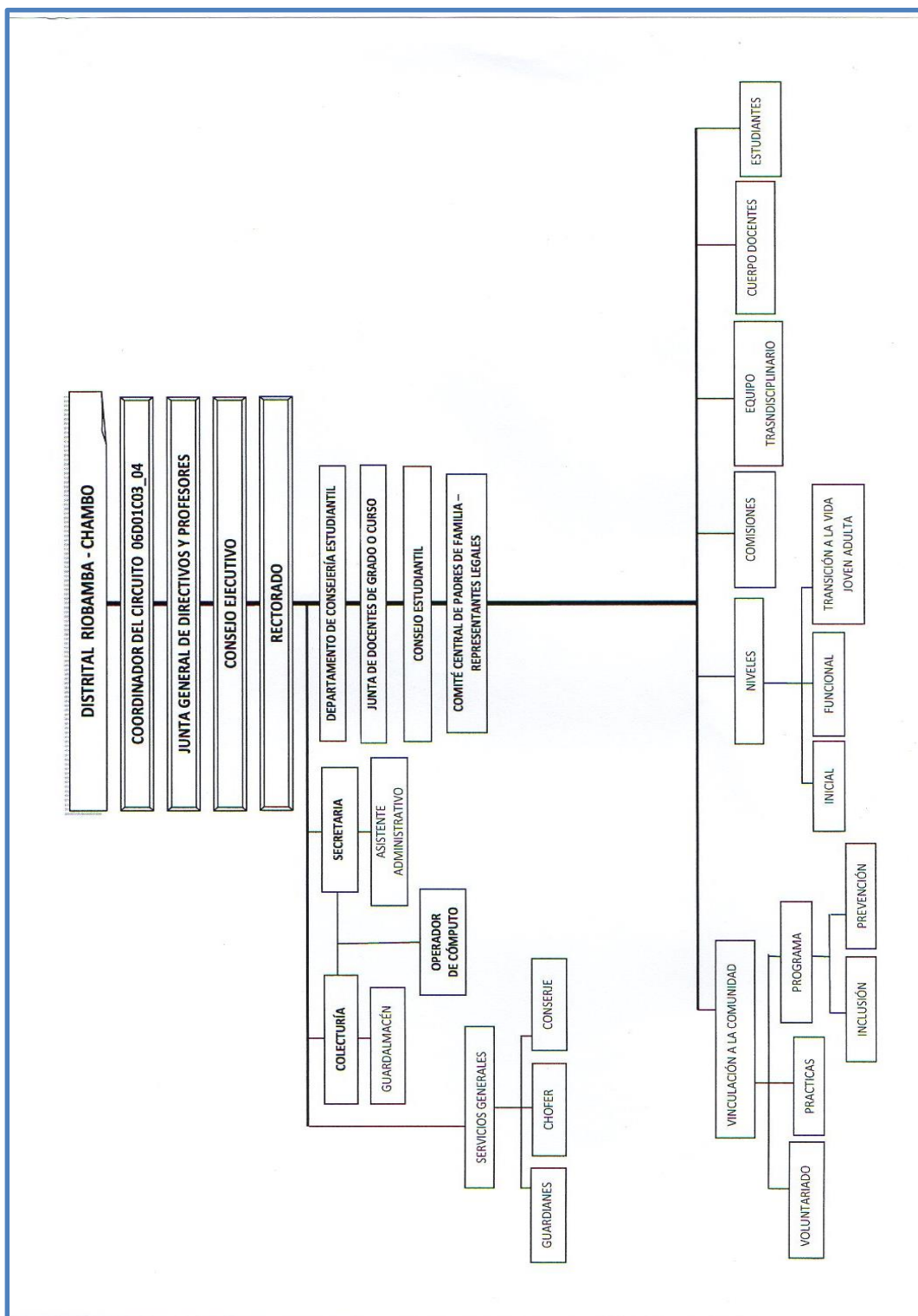
3.4.2. Grupos de interés.

Como grupos de interés se señalaran a las personas, grupo de personas u organizaciones, que de una u otra manera están relacionados con la exportación.

Tabla N° 1: Grupo de interés.

IMPLICADOS	CRITERIO
Administradora (Profesora del taller).	<ul style="list-style-type: none">➤ Toma decisiones.➤ Responsable del éxito o del fracaso de la empresa.➤ Representa a la empresa
Gobierno.	<ul style="list-style-type: none">➤ Influye con leyes y/o políticas.➤ Ofrece incentivos.
Proveedores.	<ul style="list-style-type: none">➤ Suministran la materia prima, para la realización del producto.
Competidores.	<ul style="list-style-type: none">➤ Afectan el precio del producto por leyes de oferta.➤ Obligan a ser competitivos
Distribuidores.	<ul style="list-style-type: none">➤ Ofrecen servicios de distribución del producto.
Clientes.	<ul style="list-style-type: none">➤ Consumen el producto.
País Importador	<ul style="list-style-type: none">➤ El país que tiene la empresa que se encargara de comercializar el producto

3.4.3. Estructura de la institución.



3.4.4. Análisis FODA.

Considerando el análisis de los factores externos tanto del macroambiente como del microambiente, además del análisis interno se procede a evaluarlos en una matriz FODA, clasificándolos en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Factores Externos	Factores Internos
Oportunidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none">• Impuestos (reducción del I.R.)• Apertura de nuevos mercados.• Cero impuesto en IVA.• Donaciones de origen extranjero (Maquinarias, capital de trabajo y Materias primas).• Cliente con gran capacidad adquisitiva.• Interés del mercado en la compra y consumo de artesanías de origen ecuatoriano.• 2do. país importador de artesanías de origen ecuatoriano (Proecuador, 2013)	<ul style="list-style-type: none">• Producción: Funciones claras en los procesos y procedimientos de producción.• Talento Humano: El personal de la institución trabaja permanentemente.• Conocimiento en trámites de exportación.• Importante producción semanal.• Grupo interdisciplinario como colaboradores permanentes en el instituto.• Personal capacitado.• Importante cantidad y capacidad de maquinaria disponible.
Amenazas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Posibles competidores.• Tiempo del transporte marítimo entre origen y destino.	<ul style="list-style-type: none">• Espacio físico reducido.• Falta de transporte.

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Danny F. Maldonado C.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA: PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS EN EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN ESPECIAL CARLOS GARBAY M. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA A LOS ESTADOS UNIDOS, ESTADO DE CALIFORNIA.

4.1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto de exportación describirá, analizará y planificará detalladamente las actividades de exportación que la empresa debe desarrollar, el mismo servirá para la exportación de artesanías (Alhajeros, Portarretrato, y Nombres), cuya partida arancelaria es la 4420000000, la cual como se observa en la figura está habilitada tanto para importar como para exportar.

Tabla N° 2:

Partida Arancelaria

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Percible	Autorización para Exportar
4420000000	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufactura	Capitulo	No	Habilitada
4420100000	Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera	Subpartida	No	Habilitada
4420900000	Los demás	Subpartida	No	Habilitada

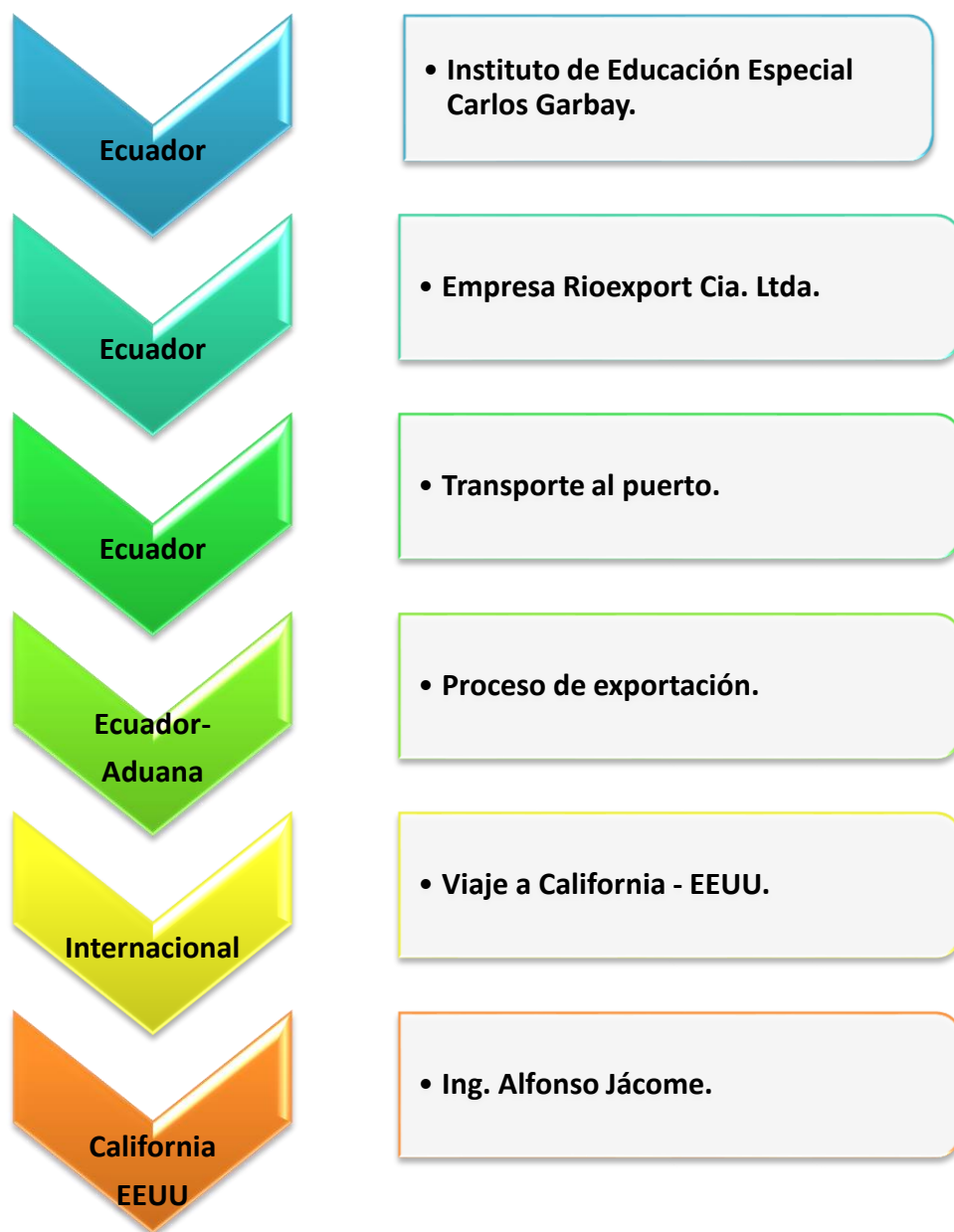
Fuente: http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp
Elaborado por: Danny F. Maldonado C.

4.2. ESQUEMA BÁSICO DE EXPORTACIÓN PROPUESTO

El proyecto en términos generales y específicamente la propuesta de exportación se la realiza de forma flexible con la finalidad de que pueda adaptarse a futuros cambios en relación a nuevos productos.

Figura N° 1:

Esquema básico de exportación propuesto



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Danny F. Maldonado C.

4.3. REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR

4.3.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Para poder exportar se deberá constituir como una compañía, la cual se planea llamar Rioexport Cia. Ltda. y será una compañía limitada, misma que deberá poseer el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), en el cual deberá constar que es una empresa exportadora en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta, y, guías de remisión.

4.3.2. CERTIFICADO DIGITAL

Para poder exportar la empresa requiere obligatoriamente obtener el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:¹

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

4.8.1. CERTIFICADO DIGITAL – BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Paso 1: Ingresar a la página web del Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec, seleccionar el menú “Certificación Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, dar clic en “Registro Empresa u Organización”. Completar los campos solicitados y adjuntar los archivos requeridos en formato PDF. (Proecuador, 2014)

Posteriormente usted recibirá dos correos electrónicos, uno de recepción de registro y otro de aprobación del mismo.

¹ http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Paso 2: Verificar el listado de los documentos en formato PDF que se deberán adjuntar posteriormente. Escoger la opción “Ingresar la Solicitud”, completar los datos, enviar la Solicitud de Certificado e imprimirla. (Proecuador, 2014)

- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
- Autorización firmada por el Representante Legal. (Descargar y completar modelo de oficio).

Figura N° 2:
Modelo de oficio: Autorización firmada por el representante legal.

Para uso como modelo de oficio - Imprimir en papel membretado de la empresa

Ciudad, fecha
No. de oficio

Ingeniera
YASMIN PAULINA ZABALA ACOSTA
COORDINADORA DE GESTIÓN DE CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA
Banco Central del Ecuador
Presente

Asunto: Autorización de Certificados Digitales para funcionarios de (digitar el Nombre de la empresa)

De mi consideración:

En mi calidad de Representante Legal de (Nombre de la Empresa), solicito a usted la emisión de los certificados digitales de Firma Electrónica para los siguientes funcionarios de esta entidad:

#	Titular	Cargo
1		
2		
-		
-		

Persona de contacto:
Nombre:
Teléfono:
Correo electrónico:

Atentamente,

Nombre
Representante Legal

Fuente: <https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos;jsessionid=bff65b5e7adfd1f095df3775%20c3ed>

Registro de la empresa.

La empresa deberá registrarse en la dirección web:

<http://www.eci.bce.ec/web/guest/registro-empresa-u-organizacion>.

Figura N° 3:
Registro de la empresa

The screenshot shows the 'Registro de Empresa' (Company Registration) form on the ECI website. The form is divided into several sections:

- Información Empresa:** Includes fields for 'Tipo de Empresa' (Publica/Privadas), 'RUC', 'Razón Social', 'Actividad Económica' (dropdown), 'Dirección', 'Teléfono' (with extension), 'Fax', 'Provincia' (dropdown), and 'Ciudad' (dropdown). There are 'Eliminar' and 'Agregar' buttons for the phone and fax fields.
- Información Representante:** Includes fields for 'Representante Legal - Nombres Completos', 'Representante Legal - Tipo de Identificación' (dropdown), and 'Correo Electrónico'. There are 'Eliminar' and 'Agregar' buttons for the email field.
- Para fines internos de validación:** A section for internal validation with two questions, each with a dropdown menu.
- Información Contacto:** Includes fields for 'Contacto - Nombres Completos', 'Contacto - Teléfono', and 'Contacto - Correo Electrónico'.
- Requisitos:** A table for uploading PDF files (maximum 1MB) for the company RUC, representative identification, and representative ID/passport. Each row has a 'Seleccionar archivo' button, a status indicator, and a 'Limpiar' button.

At the bottom, there is a checkbox for 'Toda la información contenida en este formulario es real y autorizo a la ECIBCE que verifique la misma' and a note: 'Por favor llene todos los campos que contienen el asterisco (*)'. A 'Subir Archivos' button is also present.

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado1>

Paso 3: Posteriormente usted recibirá un correo electrónico de aprobación de la Solicitud de Certificado, deberá acercarse a las oficinas del Banco Central de Ecuador (Quito, Guayaquil, Cuenca), para efectuar el pago de \$65 + IVA correspondiente a la Emisión del Certificado y al Dispositivo portable o Token(dispositivo criptográfico USB, donde se almacena su certificado digital de forma segura) (Proecuador, 2014)

Paso 4: Presentar la Solicitud de Certificado, el comprobante de pago y el oficio de autorización del Representante Legal (solo para personas jurídicas), para que el asesor del Banco Central proceda a la entrega del Token y la clave al solicitante. (Proecuador, 2014)

4.8.1.1. CERTIFICADO DIGITAL – SECURITY DATA

Además de la opción del Banco Central del Ecuador, la empresa podrá adquirir su certificado digital a través de Security Data, entidad certificadora de firma electrónica y servicios relacionados autorizada por el CONATEL según la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. (Securitydata, 2014)

Paso 1: Requisitos

Enviar los requisitos a través de la página web: https://www.securitydata.net.ec/productos_servicios/certificados/ o por e-mail a los siguientes correos dependiendo de la ciudad que le quede más cerca: (Securitydata, 2014)

- Solicitudes para la ciudad de Quito: ventasui@securitydata.net.ec
- Solicitudes para la ciudad de Guayaquil: ventasgye@securitydata.net.ec


Los documentos solicitados deberán ser escaneados a color en formato PDF y con los debidos nombres (ej. formulario.pdf, nombramiento.pdf, cedula.pdf, etc.), otro tipo de formato no será aceptado, al igual que los documentos escaneados en blanco y negro serán devueltos. A continuación se detallan los documentos requeridos: (Securitydata, 2014)

Requisitos para Personas Jurídicas reguladas por la Superintendencia de Compañías:

- Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original o copia certificada (notariada) del Registro único de proveedores (RUP) en caso de disponerlo.
- Formulario de solicitud firmado y lleno con todos los campos obligatorios (*). Para saber cuál es su código postal puede ingresar al siguiente link <http://www.codigopostal.gob.ec>
- Presentarse en Entidad que le proporcionó la cita físicamente para firmar el contrato, validar la identidad y emisión del certificado.

Llenar el formulario de solicitud.

Figura N° 4:
Formulario de solicitud



La firma digital del Ecuador

*campos obligatorios

FORMULARIO DE SOLICITUD

Fecha: _____

A. Datos del Suscriptor del Certificado

Nombres y Apellidos*: _____

No. Cédula / No. Pasaporte*: _____ Nacionalidad*: _____

Email*: _____

¿Ya tiene un certificado a su nombre con Security data?: si ☐ no ☐ ¿Es renovación? si ☐ no ☐

B. Tipo de Certificado*(favor llenar solo b.1.1. o b.1.2.)

B.1.1. PERSONA NATURAL ingresar los datos de la planilla o los que consten en el RUC:

☐ Persona Natural

Dirección*: _____ Código Postal*: _____

País*: _____ Provincia*: _____ Ciudad*: _____

Teléfono*: _____ FAX*: _____ Celular*: _____

RUC*: _____ ¿TIENE RUP?*: si ☐ no ☐

B.1.2. REPRESENTANTE LEGAL, MIEMBRO DE EMPRESA o FUNCIONARIO PÚBLICO ingresar los datos de la Empresa/Institución:

☐ Representante Legal ☐ Miembro de Empresa ☐ Funcionario público

Razón Social(tal como consta en el ruc)*: _____

Dirección*: _____ Código Postal*: _____

Provincia*: _____ Ciudad*: _____

Nombre del Representante Legal*: _____

Teléfono*: _____ Cargo que Desempeña el Suscriptor*: _____

RUC*: _____ ¿TIENE RUP?*: si ☐ no ☐

C. Tiempo de validez del certificado(por defecto 2 años)*

☐ a. Por defecto 2 años ☐ b. OTRO(especificar): _____

D. Uso del Certificado*

☐ a. ECUAPASS (ADUANA)
☐ c. OAE
☐ e. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

☐ b. PETROAMAZONAS
☐ d. SUPER. DE COMPAÑÍAS
☐ f. QUIPUX

☐ g. OTRO(especificar): _____

E. Token*


☐ a. Token Security Data (si es la primera vez que va a adquirir un token)
☐ b. Token Propio (para renovaciones o si si ya tiene un token anterior - ver modelos) nr de serie del token _____
☐ c. Sin Token (para firma masiva de facturas, mails o documentos)


El solicitante declara que voluntaria y libremente acepta todos los términos y condiciones expresados en este documento, en la DPC y en la Política de Certificación del certificado solicitado, los cuales ha revisado detalladamente y no alberga duda alguna. En prueba de conformidad firma el documento; además corrobora que la información entregada y declarada a Security Data es real; en caso de descubrirse falsedad en las declaraciones o documentaciones aquí presentadas Security Data realizará las respectivas denuncias ante la autoridad competente.


BORRAR EL FORMULARIO

FIRMA DEL SUSCRIPTOR

Powered by








Fuente: <https://www.securitydata.net.ec/descargas/Formulario%20de%20Solicitud%20de%20Certificado.pdf>

C) Llenar y firmar el contrato de solicitud

Figura N° 5:
Contrato de solicitud



CONTRATO DE CERTIFICADO DE FIRMA ELECTRÓNICA.

COMPARECIENTES.- Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital S. A. como Entidad de Certificación de Información, representado por Roosevelt Arévalo por una parte; y, por otra El/la señor/a:

Persona Natural:		
Nombres:	CI:	RUC:

Representante Legal:		
Nombres:	CI:	RUC-EMPRESA:
CARGO:	RAZON SOCIAL:	

Miembro de Empresa:		
Nombres:	CI:	RUC-EMPRESA:
CARGO:	RAZON SOCIAL:	

Funcionario Público		
Nombres:	CI:	RUC-INSTITU.
CARGO:	INSTITUCIÓN:	

verificado que sus datos y descripción corresponde con dicho nombre, así como, en suficiente apariencia con su imagen, por sus propios derechos, o en representación de una entidad a quien en adelante se denominará El Suscriptor, conforme los documentos habilitantes legalmente conferidos que se adjuntan convienen en celebrar el presente Contrato, al tenor de las siguientes cláusulas:


CLÁUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES.-

- Mediante Ley No. 67, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 577 de 17 de abril del 2002 se expidió la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.
- Con Decreto No. 3496 publicado en el Registro Oficial 735 de 31 de diciembre de 2002, se expidió el Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, el mismo que fue reformado mediante Decreto Ejecutivo 1356 de 29 de septiembre de 2008, constante en el Registro Oficial No. 440 de 6 de octubre de 2008.
- El artículo 37 de la Ley de Comercio Electrónico dispone, que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) es el organismo de autorización, regulación y registro de las Entidades de Certificación Acreditadas
- El segundo artículo innumerado agregado por el artículo 4 del Decreto Ejecutivo No.1356 a continuación del artículo 17 del Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, dispone que la Acreditación como Entidad de Certificación de Información y Servicios Relacionados, consistirá en un acto administrativo emitido por el CONATEL, a través de una resolución que será inscrita en el Registro Público Nacional de Entidades de Certificación de Información y Servicios Relacionados Acreditadas y Terceros Vinculados.
- El CONATEL mediante Resolución No. 481-20-CONATEL-2008 de 8 de octubre de 2008, aprobó la petición de Acreditación de Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital S. A. como Entidad de Certificación de Información y Servicios Relacionados, para lo cual la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) suscribió el respectivo acto administrativo.

CLÁUSULA SEGUNDA: DEFINICIONES.- Las definiciones utilizadas en el presente contrato constan en la Declaración de Prácticas de Certificación (DPC) de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. y, en las Políticas de Certificados (PC) del certificado digital que solicita.



CLÁUSULA TERCERA: OBJETO.- El presente contrato tiene por objeto la prestación de los servicios de certificación de Información y servicios relacionados, contempla la emisión, suspensión, revocación y renovación de Certificados de Firma Electrónica. Así mismo tiene por objeto garantizar la prestación permanente, confidencial, oportuna y segura del servicio de certificación de información.

CLÁUSULA CUARTA: NIVELES DE FIRMA.- El nivel del certificado que se emite es el de certificado de firma electrónica que servirá para todo propósito dentro de sus límites de uso, según se describe en la Declaración de Prácticas de Certificación y en las Políticas de Certificados.



Powered by

www.securitydata.net.ec 1800- Firmas (347627)
Quito - Ecuador

En caso de producirse algún evento de esta naturaleza, la SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. es responsable hasta por la culpa leve, en este evento, la indemnización será de hasta el 100% de la tarifa (precio) del Certificado de Firma Electrónica emitido y pagado por el Suscriptor.

El procedimiento de ejecución de la Garantía de Responsabilidad, conforme lo previsto en el Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, se efectuará de la siguiente forma: Cuando el Suscriptor considere que ha existido incumplimiento en la prestación del servicio que le haya ocasionado daños y perjuicios, este podrá presentar a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, hasta en el término de 15 días contados desde que se produjo el incumplimiento, una solicitud motivada a fin de que ésta:

- a) Al amparo de lo dispuesto en el artículo 31 de la Ley No. 67, ponga en conocimiento de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. el reclamo formulado y solicite que dentro del término perentorio de 5 días, presente sus descargos o en su defecto reconozca el incumplimiento; y,
- b) Vencido el término señalado en el numeral anterior, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones con o sin la presentación de los descargos respectivos por parte de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A., dentro del término de cinco días, resolverá sobre la procedencia del reclamo formulado por el Suscriptor, el que de ser estimado total o parcialmente dará lugar a que disponga a la compañía aseguradora la ejecución parcial de la garantía de responsabilidad civil por el monto de los daños y perjuicios causados, los que no podrán reconocerse por un valor superior al establecido en la presente cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA: EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD.- SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S.

A. no será responsable por:

- 1) Daños y perjuicios cuando El Suscriptor exceda los límites de uso indicados en el Certificado de Firma Electrónica y en el presente contrato;
- 2) Ninguna obligación, texto y/o en general de todo o parte del contenido de los mensajes de datos vinculados con el certificado que se emita en base a este contrato; tampoco siendo responsable de las consecuencias que se generen por todo o parte del contenido de los señalados mensajes de datos; y,
- 3) Las interrupciones o demoras en el servicio, ocasionadas por eventos de fuerza mayor o caso fortuito u otras circunstancias que no sean imputables a SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A.

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA: SUSPENSIÓN.- Se suspenderán los Certificados de Firma Electrónica en los siguientes casos:

1. Por disposición del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos;
2. Si SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. comprueba falsedad en los datos consignados por El Suscriptor del certificado; o,
3. Por incumplimiento de los términos y condiciones del presente contrato, en especial la que hace relación al pago de la retribución de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A.

CLAUSULA DÉCIMO TERCERA: REVOCACIÓN.- La revocación de los Certificados de Firma Electrónica se realizará según los procedimientos descritos en Declaración de Prácticas de Certificación y en las Políticas de Certificados.

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA: PROTECCIÓN DE INFORMACIÓN.- SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. garantiza la protección de los datos personales obtenidos en función de sus actividades, de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA: TERMINACIÓN.- Serán causales de terminación del contrato de prestación de servicios de Certificación de Información las siguientes:

- 1) La terminación del plazo de vigencia del certificado de firma electrónica;
- 2) La declaración unilateral de alguna de las partes contratantes con al menos 15 días de antelación, la cual deberá ser comunicada por escrito a la dirección informada por cada una de las partes en la Cláusula Vigésimo Primera de este instrumento legal;
- 3) Fallecimiento o incapacidad del Suscriptor;
- 4) Por causa judicialmente declarada; y,
- 5) Por revocación del Certificado de firma electrónica.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: RECOMENDACIONES.- Por seguridad El Suscriptor debe tener en cuenta estas recomendaciones:

- a) El Certificado de firma electrónica es personal e intransferible;
- b) No debe permitir el uso del certificado a ningún tercero;
- c) Debe memorizar el PASSWORD o Clave;
- d) No debe permitir que otras personas conozcan el PASSWORD o Clave; y,
- e) Si olvida o pierde el control de su PASSWORD o Clave, solicite INMEDIATAMENTE a SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. la revocación del certificado.

IMPORTANTE: NO OLVIDE SU PASSWORD o Clave, SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. no almacena ni asigna el PASSWORD o Clave, por tanto su olvido implica la revocación del certificado de firma electrónica asociado y la emisión de un nuevo certificado de firma electrónica cuyos cargos serán de cuenta de El Suscriptor.

CLÁUSULA DÉCIMO SÉPTIMA: VIGENCIA.- El Certificado de Firma Electrónica y por ende este contrato tendrá una vigencia de DOS años, contados a partir de la fecha de emisión del mismo, y podrá ser renovado por igual período, previa solicitud de su titular con al menos treinta días de anticipación a su vencimiento y el respectivo pago por dicha renovación. En ningún caso y bajo ninguna circunstancia, se podrá renovar un certificado y por ende este contrato más de dos veces consecutivas, es decir, que no pueden existir más de una emisión y dos renovaciones. Transcurrido ese período se tendrá necesariamente que solicitar la emisión de un nuevo certificado y por tanto este contrato terminará.

En el caso de pérdida del Dispositivo, clave, etc. durante dos ó más ocasiones durante la vigencia de este contrato, SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. podrá dar por terminado este contrato y por ende el Suscriptor deberá solicitar un nuevo Certificado de Firma Electrónica.

CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA: JURISDICCIÓN.- Las diferencias que se presenten entre las partes con ocasión de la interpretación o ejecución de este contrato serán resueltas mediante arbitraje administrado por el Centro de Mediación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

La legislación aplicable a este contrato es la ecuatoriana.

CLÁUSULA DÉCIMO NOVENA.- AUTORIZACIÓN.- El Suscriptor autoriza a SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. a:

- 1) Conservar y hacer uso de toda la documentación o demás información que se le ha entregado con la solicitud o que le entregue en el futuro, independientemente de la aceptación o rechazo de la misma. En especial la solicitud que ha presentado el Suscriptor y los documentos anexos a esta.
- 2) Verificar toda la información entregada a través de los medios que se estime pertinentes.

CLÁUSULA VIGÉSIMA.- DECLARACIÓN.- El Suscriptor, por el presente instrumento, declara que recibe **un certificado de firma electrónica y/o un dispositivo token para su almacenamiento o software para su utilización**, a su entera satisfacción, y se compromete a dar estricto cumplimiento a las obligaciones y recomendaciones previstas en el presente contrato y a cuidar este hardware y/o software con sumo cuidado.

El Suscriptor declara, además, haber recibido toda la información necesaria sobre los certificados que expide SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A., su nivel de confiabilidad, los límites de responsabilidad, y las obligaciones que asume como Suscriptor del servicio de certificación de información. Así también, manifiesta que conoce y ha leído las Declaraciones de Prácticas de Certificación y demás normas emitidas por la SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A., que se encuentran disponibles en la página web <https://www.securitydata.net.ec> Entidad de Certificación.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMERA.- DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIONES.- Para efecto de notificaciones, el suscriptor será notificado de acuerdo a la información que nos proporcione en el formulario de solicitud.

(fecha de emisión)

**SECURITY DATA SEGURIDAD EN
DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A.**

EL SUSCRIPTOR

Paso 2: Revisión de documentos

Una vez enviados los requisitos por correo electrónico o a la página web, el tiempo estimado en la revisión de documentos es de 72 horas + el tiempo tomado para asignarle una cita en función de la disponibilidad, puede tomar de 1 a 2 días laborables.

Después el usuario recibe un correo electrónico con instrucciones de su asesor sobre el estado del trámite y pasos a seguir. No se deberá realizar ninguna transferencia o pago hasta que el asesor le indique el número de cuenta para realizar la transacción.

Paso 3: Entrega del token

- Una vez hecho el pago y que su solicitud fue aprobada, el solicitante debe asistir a la cita designada por su asesor quien le indicará el día, lugar y hora para presentar toda la documentación original o copias notariadas, de tal forma que se pueda verificar con la que envió digitalizada.
- Los requisitos originales serán devueltos el mismo día de la cita.

Se deberá considerar que el trámite es de carácter personal y no se puede delegar a un tercero, bajo ninguna circunstancia).

4.8.2. REGISTRO EN ECUAPASS.

Ecuapass es un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, sin la necesidad de visitar de manera presencial las instituciones gubernamentales que regulan el comercio exterior. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014)

Entre sus principales beneficios se tienen:

- Envío y recepción electrónica de información electrónica desde y hacia las entidades públicas.
- Aumenta la eficiencia en los procesos.

- Reducción en los tiempos totales de importación y exportación.
- Seguridad de información (uso de identificación única de certificado digital).
- Declarantes y entidades públicas o privadas pueden conocer el estado de los trámites.
- Disponibilidad inmediata de registros entre las instituciones públicas involucradas.
- Eliminación de la inconsistencia de la información.

Para el registro en ECUAPASS, se deberá seguir los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección:
(<https://portal.aduana.gob.ec/>).

Figura N° 6:
Portal de Ecuapass

The screenshot displays the ECUAPASS portal interface. At the top, the URL <https://portal.aduana.gob.ec> is visible. The main header includes the ECUAPASS logo and a language dropdown set to 'ESPAÑOL'. Below this are input fields for 'ID, USUARIO' and 'CONTRASEÑA', along with a 'Certificado' icon and an 'INICIAR SESION' button. A link for 'Solicitud del uso | Buscar ID/Reinicio de clave' is also present.

The central area is divided into three main sections:

- Trámites Operativos**: Includes links for '1.3 Integración de estados del trámite' and '1.6 e-Documentos'.
- Servicios informativos**: Lists various services such as '2.1.1 Consulta de arancel', '2.1.2 Consulta de tributos fijos', '2.4.1 Puntos de vista de RUC', '2.6 Catálogos', and '2.7 Consulta de Verificación de Cert. Origen'.
- Ventanilla Única**: Offers services like 'Documentos de Acompañamiento', 'Documentos de Soporte', 'Certificados de Origen y DJO', 'Estado de procesamiento', 'Pago-e', 'Consultar validez de Certificado Impreso', and 'Consultar información de Certificado Digital'.

On the right side, there is a sidebar with 'Quick' links: 'Buzon Electronico', 'SENAE', and 'VUE'. Above these links are sections for 'Servicios de uso frecuente' and 'e-Docs. de uso frecuente'. At the bottom right, a 'Soporte al Cliente' section lists '3.3 Preguntas y respuestas', '3.8 Sugerencias', and '3.11.2 Configurar mi página'. A contact box for 'ADUANAS ECUADOR SENA 1800-ADUANA' is also visible.

At the bottom left, there is an 'Aviso' section with a list of links including 'CERTIFICADOS DIGITALES', 'CONSIDERACIONES IMPORTANT...', 'ASISTENCIA REMOTA', and various user guides and FAQs. Below this is a 'Consultar' button next to a ship image.

Fuente:<https://portal.aduana.gob.ec/>

2. El gerente o encargado del proceso, deberá hacer click en el link “solicitud de uso”.

Figura N° 7:
Solicitud de uso



← → ↻ 🏠 🔒 <https://portal.aduana.gob.ec>

ECUAPASS
A un clic de la Aduana

IDIOMA

ID. USUARIO

CONTRASEÑA

 **Certificado** **INICIAR SESION**

[Solicitud del uso](#) | [Buscar ID/Reinicio de clave](#)

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

3. A continuación se desplazará la siguiente página, en la cual se deberá crear usuario y contraseña, llenando datos como:
- Ruc,
 - Razón Social,
 - Dirección de la empresa,
 - Teléfono de la empresa,
 - Información del representante legal.

Figura N° 8:
Crear usuario y contraseña

Solicitud del uso (Representante)

Información de empresa

- RUC empresa
- Razon Social
- Direccion de empresa
- Telefono empresa

Información de representante

- ID.usuario
- Doc. Identificacion
- Nombre Usuario
- Contrasena
- Confirmacion de Contraseña
- Preguntas de Clave1
- Respuesta de Clave1
- Preguntas de Clave2
- Respuesta de Clave2
- Preguntas de Clave3
- Respuesta de Clave3
- Provincia
- Ciudad
- Direccion
- Telefono1
- Telefono2
- Celular
- Fax
- Correo Electronico
- Confirmacion de correo electronico
- Posicion
- SENAE Correo Electronico
- Recibir mensaje SMS
- Recibir
- No recibir

Tipo de OCEs: AGENTE DE ADUANA

No	Codigo de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo codigo
1	16938975	IMP/EXPORTADOR	EMISION

Identificacion unica de certificado digital

<input type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño del archivo
<input type="checkbox"/>		KByte

Tamaño total de archivo :

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

- El representante deberá ingresar la información de firma digital, eligiendo según la ubicación de certificación como se muestra en la figura a continuación:

Figura N° 9:

Ingresar la identificación única de certificado digital

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

5. Aceptar las políticas de uso, que es el contrato que normará las relaciones que se realizan a través de Ecuapass.

Figura N° 10:

Ingresar la identificación única de certificado digital

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

6. A continuación el personal encargado de la exportación estará en capacidad de entrar al portal Ecuapass y dirigirse al módulo de ventanilla única.

Figura N° 11:

Ingresar a ventanilla única



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos,
2. Crear usuario y contraseña,
3. Aceptar las políticas de uso,
4. Registrar firma electrónica.

4.8.3. PROCESO DE EXPORTACIÓN

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque.

Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014) Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante,
- Descripción de mercancía por ítem de factura,
- Datos del consignante,
- Destino de la carga,
- Cantidades,
- Peso y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación. Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades.

En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

4.8.4. DOCUMENTOS PARA EXPORTAR

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

Factura Proforma: Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador,
- Nombre, Dirección, Teléfono,
- Factura Pro Forma No,
- Fecha y lugar de emisión,
- Datos del Importador,
- Nombre,
- Dirección, Teléfono,
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total,
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm,
- Plazo de validez,
- Firma del exportador.

Figura N° 12:

Modelo de factura proforma

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE				
REMITENTE Empresa: Contacto: Dirección: Teléfono:				
DESTINATARIO Empresa: Contacto: Dirección (incluir código postal): Teléfono:				
Guía n°				
ítem	Descripción detallada de los bienes ítem x ítem (Evitar colocar no de artículo)	Cantidad por unidad	Valor unitario en \$	Valor total en \$
Total piezas:		Total		
Peso total:				
<p>La empresa certifica que la información declarada en esta factura proforma es verdadera y correcta y que los contenidos de este envío corresponden a los declarados en esta factura proforma.</p> <p>La empresa autoriza a DHL a ejecutar cualquier documento adicional necesario para la exportación de la mercadería aquí declarada.</p> <p>The company hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as slated above.</p> <p>P The company do hereby authorize DHL Corporation lo execute any additional documents necessary for the export of merchandise described herein on my/our behalf.</p> <p>Firma _____ Fecha _____</p> <p>Aclaración _____</p>				

Fuente: adexdatatrade.com

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH.

Factura Comercial.

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos,
- Los detalles técnicos de la mercadería,
- Fecha y lugar de emisión,
- La unidad de medida,
- Cantidad de unidades que se están facturando,
- Precio unitario y total de venta,
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería,
- Medio de transporte,
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

Figura N° 13
Modelo de factura comercial

EMPRESA EXPORTADORA:							
Dirección:							
Teléfono							
E-mail :							
Señores				Nombre de Contacto:			
EMPRESA IMPORTADORA:							
Dirección:				Nuestra referencia:			
Atención				N° Cliente:			
INVOICE (FACTURA COMERCIAL)				N° de Orden de pedido:			
La mercancía ha sido enviada en:				Fecha			
Dimensiones Embalaje:							
Grossweight (peso Bruto):							
Netweight (Peso) Neto):							
Marks (marcas):							
Vía:							
Made in Ecuador							
Ítem	Cantidad	Unid	Descripción de mercaderías	Partida arancelaria	Moneda	Precio Unitario	Precio total
INCOTERM: FOB				TOTAL FACTURADO			

Fuente: adexdatatrade.com
Elaborado por: Danny F. Maldonado CH.

Lista de Empaque - Packing List.

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador,
- Datos del importador.,
- Marcas y números de los bultos,
- Lugar y fecha de emisión,
- Modo de embarque,
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería,
- Total de los pesos brutos y netos,
- Tipo de embalaje,
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo éste factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

Figura N° 14:
Lista de Empaque - Packing List

Lista de Empaque / Packing List						
<p>Fecha: 01/02/2014</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 45%;"> <p><u>Exporter:</u></p> <p>NOMBRE:</p> <p>DIRECCIÓN:</p> <p>PAÍS:</p> <p>Incoterms:</p> <p>Peso Bruto:</p> <p>Peso Neto:</p> <p>M. Cúbicos:</p> <p>Forma de Pago:</p> <p>Plazo de Pago:</p> <p>Puerto de embarque:</p> <p>Puerto de destino:</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p><u>Consignee:</u></p> <p>NOMBRE:</p> <p>DIRECCIÓN:</p> <p>PAÍS:</p> <p><u>Notify:</u></p> </div> </div>						
ÍTEM	CAJAS	DESCRIPCIÓN	P. BRUTO	P. NETO	M3	CAJAS
<p><u>OBSERVACIONES:</u> no requiere refrigeración</p>						

Fuente: adexdatatrade.com
Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

Certificado de origen.

Para obtener el certificado de origen, primero se hay que registrarse en el SIPCO (Sistema de Identificación Previo a la Certificación de Origen), ingresando a la página web del MIPRO, www.mipro.gob.ec. Entrando en SIPCO y registrándose.

4.9. REGÍMENES ADUANEROS.

Existen varios regímenes aduaneros a los cuales una exportación se puede acoger.

Tabla N° 3:
Regímenes aduaneros

Exportación a consumo	Exportación temporal con reimportación en el mismo estado	Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	Reexportación	Exportación bajo régimen de maquila	Ferías internacionales
Las mercaderías salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.	Las mercaderías son utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna.	Permite la salida de mercaderías para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.	Cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino.	Es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas.	Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración.

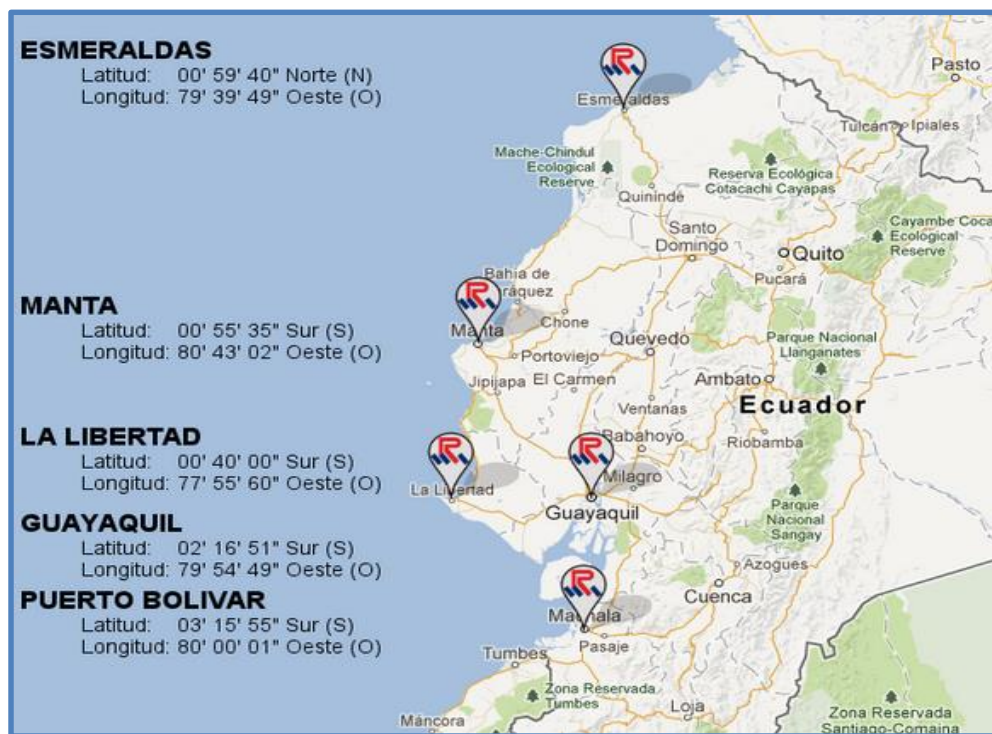
Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014).

El régimen aduanero al cual la empresa será el régimen de consumo, considerando que las mermeladas salen del Ecuador para su uso o consumo definitivo en California, pues las mismas no volverán a ingresar en el territorio ecuatoriano.

4.5 ELECCIÓN DEL PUERTO

El puerto se elegirá en relación a la distancia más corta entre Riobamba y el puerto, considerando que los trámites se los realiza a través de internet.

**Figura N° 15:
Puertos en Ecuador**



http://www.remar.com.ec/remar/es/Puertos_/Puertos%20de%20Ecuador

Distancias a los principales puertos:

Riobamba – Manta: 410 km

Riobamba – Guayaquil: 225 km

Riobamba – Esmeraldas: 434 km

Por lo que se escoge el puerto de Guayaquil, pues es el más cercano.

4.6. ARANCELES.

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional y en Estados Unidos considerando Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias no se pagara tampoco arancel de entrada del producto.

4.7. EMBALAJE.

En relación al embalaje o material contenedor, el cual protege de agentes externos, daños físicos, además de permitir una mejor manipulación de los productos, se utilizaran cartones (cajas master) para el envío de los 3 productos.

Para los 5280 alhajeros se requerirán 55 cajas, para los 3960 portarretratos se requerirán 14 cajas y para los 3300 nombres se requerirá 1 caja de 40 cm de ancho x 60 cm de largo y por 60 cm de altura que son las dimensiones recomendadas por la norma ISO 3394, en total se requerirán 70 cajas master, las cuales tienen un precio de 45 centavos de dólar cada una dando un valor total de \$ 31,50 dólares.



Fuente: Logo de la compañía exportadora.
Elaborado por: Danny F. Maldonado Ch.

4.8. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero mostrara las inversiones que se requieren para realizar la comercialización al exterior de los productos.

4.8.1. INVERSIONES

En lo que se refiere a las inversiones se las ha dividido en tres: Inversión fija, intangible y en capital de trabajo, en el cual se desglosa en costos, gastos administrativos y gastos venta, el mismo que será semestral pues se realizarían 2 exportaciones al año.

Tabla N° 4:

Matriz de Inversiones				
	Cantidad	Unitario	Subtotal	Total
Inversión Fija				\$ 2.800,00
Equipo de Computo	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
Muebles de Oficina			\$ 2.000,00	
Inversión Intangible				\$ 1.900,00
Gastos de constitución			\$ 800,00	
Permisos			\$ 300,00	
Estudios			\$ 800,00	
Capital de Trabajo semestral				\$ 43.483,57
Costo de ventas			\$ 35.341,50	
Alhajero	5280	\$ 3,00	\$ 15.840,00	
Portarretrato	3960	\$ 2,00	\$ 7.920,00	
Nombres	3300	\$ 3,50	\$ 11.550,00	
Cartones	70	\$ 0,45	\$ 31,50	
Gastos Administrativos			\$ 5.512,07	
Sueldo Gerente			\$ 3.702,07	
Contador			\$ 250,00	
Servicios Básicos			\$ 360,00	
Arriendo			\$ 1.200,00	
Gastos de Venta			\$ 2.030,00	
Gastos de exportación			\$ 2.030,00	
Gastos Financieros			\$ 600,00	
Interés			\$ 600,00	
Total de la Inversión				\$ 48.183,57

Fuente: Investigación

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

4.8.2. COSTOS

A los costos de los clasificará en costos fijos y variables, y se los hará anuales, para poder tomar la información para el estado de resultados.

Tabla N° 5:
Matriz de costos y gastos (anual)

	Fijo	Variable	Total
Costo de Ventas			\$ 70.683,00
Costo de ventas		\$ 70.683,00	
Gastos Administrativos			\$ 11.264,14
Sueldos	\$ 7.404,14		
Servicios Básicos	\$ 720,00		
Arriendo	\$ 2.400,00		
Depreciación	\$ 360,00		
Amortización	\$ 380,00		
Gastos de Venta			\$ 4.060,00
Sueldos	\$ 4.060,00		
Gastos Financieros			\$ 1.200,00
Interés	\$ 1.200,00		
Total	\$ 16.524,14	\$ 70.683,00	\$ 87.207,14
Total	\$ 87.207,14		\$ 87.207,14

Fuente: Investigación

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

Tabla N° 6:
Gastos de venta

DETALLE	Costo Tramite	Costo Anual
Agente de Aduana	\$ 300,00	\$ 600,00
Trámites Aduaneros		\$ 1.170,00
Transporte		\$ 800,00
Pago Ingreso a Puerto	\$ 75,00	\$ 150,00
Cargo por Manipuleo en Terminal	\$ 100,00	\$ 200,00
Bodega en puerto	\$ 300,00	\$ 600,00
Estiba	\$ 200,00	\$ 400,00
Firma digital		\$ 72,80
Renovación de certificado digital		\$ 67,20
COSTO TOTAL FOB		\$ 4.060,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

4.8.3. CÁLCULO DE LOS INGRESOS

Tabla N° 7:
Ingreso por unidades.

	Semestre			Anual	
	Unidades	Costo	Precio de venta	Ventas	Ventas
Alhajero	5280	\$ 3,00	\$ 4,50	\$ 23.760,00	\$ 47.520,00
Porta-retrato	3960	\$ 2,00	\$ 3,50	\$ 13.860,00	\$ 27.720,00
Nombres	3300	\$ 3,50	\$ 5,00	\$ 16.500,00	\$ 33.000,00
Total				\$ 54.120,00	\$ 108.240,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

Los ingresos se proyectaran considerando un incremento en la producción del 5%.

Para la proyección se utilizó el método del monto, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección (crecimiento poblacional)

n = tiempo

$$\text{Año 2016} = \text{Año 2015}(1 + 0,05)^1$$

$$\text{Año 2016} = \$ 108.240,00 (1,05)^1$$

$$\text{Año 2016} = \$ 113.652,00$$

$$\text{Año 2017} = \text{Año 2015}(1 + 0,05)^2$$

$$\text{Año 2017} = \$ 108.240,00 (1,05)^2$$

$$\text{Año 2017} = \$ 119.334,60$$

$$\text{Año 2018} = \text{Año 2015}(1 + 0,05)^3$$

$$\text{Año 2018} = \$ 108.240,00 (1,05)^3$$

$$\text{Año 2018} = \$ 125.301,33$$

$$\text{Año 2019} = \text{Año 2015}(1 + 0,05)^4$$

$$\text{Año 2019} = \$ 108.240,00 (1,05)^4$$

$$\text{Año 2019} = \$ 131.566,40$$

Tabla N° 8:
Ingresos proyectados

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	\$ 108.240,00	\$ 113.652,00	\$ 119.334,60	\$ 125.301,33	\$ 131.566,40

Fuente: Investigación

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH.

4.8.4. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla N° 9:
Estado de resultados

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 108.240,00	\$ 113.652,00	\$ 119.334,60	\$ 125.301,33	\$ 131.566,40
Valor de salvamento					\$ 1.000,00
Costo de Ventas	\$ 70.683,00	\$ 74.217,15	\$ 77.928,01	\$ 81.824,41	\$ 85.915,63
Utilidad Bruta	\$ 37.557,00	\$ 39.434,85	\$ 41.406,59	\$ 43.476,92	\$ 46.650,77
(-) Gastos de administración	\$ 11.264,14	\$ 11.755,26	\$ 12.267,79	\$ 12.802,66	\$ 13.360,86
(-) Gasto de ventas	\$ 4.060,00	\$ 4.237,02	\$ 4.421,75	\$ 4.614,54	\$ 4.815,73
(-) Gasto de financiero	\$ 1.200,00	\$ 1.011,11	\$ 799,55	\$ 562,60	\$ 297,22
Utilidad antes de p.t. y i.r.	\$ 21.032,86	\$ 22.431,47	\$ 23.917,51	\$ 25.497,12	\$ 28.176,95

(-) 15 % part. Trabajadores	\$ 3.154,93	\$ 3.364,72	\$ 3.587,63	\$ 3.824,57	\$ 4.226,54
Utilidad a impuesto a la renta	\$ 17.877,93	\$ 19.066,75	\$ 20.329,88	\$ 21.672,55	\$ 23.950,41
(-) Utilidad a impuesto a la renta	\$ 3.933,14	\$ 4.194,68	\$ 4.472,57	\$ 4.767,96	\$ 5.269,09
Utilidad Neta	\$ 13.944,79	\$ 14.872,06	\$ 15.857,31	\$ 16.904,59	\$ 18.681,32

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

4.8.5. FLUJO DE CAJA

**Tabla N° 10:
Flujo de caja**

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 108.240,00	\$ 113.652,00	\$ 119.334,60	\$ 125.301,33	\$ 131.566,40
Valor de salvamento						\$ 1.000,00
Costo de ventas		\$ 70.683,00	\$ 74.217,15	\$ 77.928,01	\$ 81.824,41	\$ 85.915,63
Utilidad Bruta		\$ 37.557,00	\$ 39.434,85	\$ 41.406,59	\$ 43.476,92	\$ 46.650,77
(-) Gastos de Administración		\$ 11.264,14	\$ 11.755,26	\$ 12.267,79	\$ 12.802,66	\$ 13.360,86
(-) Gasto de Ventas		\$ 4.060,00	\$ 4.237,02	\$ 4.421,75	\$ 4.614,54	\$ 4.815,73
(-) Gasto de Financiero		\$ 1.200,00	\$ 1.011,11	\$ 799,55	\$ 562,60	\$ 297,22
Utilidad antes de p.t. y i.r.		\$ 21.032,86	\$ 22.431,47	\$ 23.917,51	\$ 25.497,12	\$ 28.176,95
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 3.154,93	\$ 3.364,72	\$ 3.587,63	\$ 3.824,57	\$ 4.226,54

Utilidad a impuesto a la renta		\$ 17.877,93	\$ 19.066,75	\$ 20.329,88	\$ 21.672,55	\$ 23.950,41
(-) Utilidad a impuesto a la renta		\$ 3.933,14	\$ 4.194,68	\$ 4.472,57	\$ 4.767,96	\$ 5.269,09
Utilidad Neta		\$ 13.944,79	\$ 14.872,06	\$ 15.857,31	\$ 16.904,59	\$ 18.681,32
(+) depreciación		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
(+) amortización intangibles		\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
(-) amortización bancaria		\$ 1.574,10	\$ 1.762,99	\$ 1.974,55	\$ 2.211,49	\$ 2.476,87
Inversión Fija	-\$ 2.800,00					
Inversión Intangible	-\$ 1.900,00					
Capital de Trabajo	-\$ 43.483,57					
Rec. Capital de Trabajo						\$ 43.483,57
Flujo de caja	-\$ 48.183,57	\$ 13.110,69	\$ 13.849,08	\$ 14.622,76	\$ 15.433,10	\$60.428,02

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

4.9. EVALUACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO.

En la evaluación del estudio se analizarán los resultados obtenidos en el proyecto, para determinar su viabilidad financiera - económica.

4.9.1. VALOR ACTUAL NETO.

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 2,70% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4,53%, es decir 7,23%

Tabla N° 11:
Valor actual neto

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 48.183,57	1	-\$ 48.183,57	-\$ 48.183,57
1	\$ 13.110,69	0,932574839	\$ 12.226,70	-\$ 35.956,87
2	\$ 13.849,08	0,869695831	\$ 12.044,48	-\$ 23.912,39
3	\$ 14.622,76	0,811056449	\$ 11.859,88	-\$ 12.052,51
4	\$ 15.433,10	0,756370838	\$ 11.673,14	-\$ 379,36
5	\$ 60.428,02	0,705372412	\$ 42.624,26	\$ 42.244,90

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

El valor actual neto es de \$ 42.244,90 al ser mayor que cero, el proyecto es factible.

4.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión elaborada, para el cálculo de la tasa interna se requiere un van negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 28,68% para la aplicación de la fórmula de la misma.

Tabla N° 12:
Valor actual neto (-)

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 48.183,57	1	-\$ 48.183,57	-\$ 48.183,57
1	\$ 13.110,69	0,777124883	\$ 10.188,64	-\$ 37.994,93
2	\$ 13.849,08	0,603923084	\$ 8.363,78	-\$ 29.631,15
3	\$ 14.622,76	0,469323656	\$ 6.862,81	-\$ 22.768,34
4	\$ 15.433,10	0,364723091	\$ 5.628,81	-\$ 17.139,54
5	\$ 60.428,02	0,283435389	\$ 17.127,44	-\$ 12,10

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

$$TIR = i_1 + (i_2 + i_1) \left(\frac{VAN\ 1}{VAN\ 1 - VAN\ 2} \right)$$

$$TIR = 7,23 \% + (28,68\% - 7,23 \%) \quad (\$ 42.244,90)/(\$ 42.244,90) - (-\$ 12,10)$$

$$TIR = 7,23 \% + 21,44\%$$

$$TIR = 28,67\%.$$

La tasa interna de retorno es 28,67% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

4.9.3. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Tabla N° 13:
Ingresos actualizados

Años	Flujo de caja	Factor de Actualización	Flujo de efectivo actual
		$1 / (1 + i)^n$	
0	-\$ 48.183,57	1	-\$ 48.183,57
1	\$ 13.110,69	0,932574839	\$ 12.226,70
2	\$ 13.849,08	0,869695831	\$ 12.044,48
3	\$ 14.622,76	0,811056449	\$ 11.859,88
4	\$ 15.433,10	0,756370838	\$ 11.673,14
Sumatoria			\$ 90.428,47

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

$$R\ b/c = \$ 90.428,47 / \$ 48.183,57$$

$$R\ b/c = \$ 1,88$$

El proyecto muestra una relación RB/C de 1,88 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene 0,88 dólares por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

4.9.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

Tabla N° 14:
Período de recuperación de la inversión

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 48.183,57		
1		\$ 13.110,69	\$ 13.110,69
2		\$ 13.849,08	\$ 26.959,76
3		\$ 14.622,76	\$ 41.582,52
4		\$ 15.433,10	\$ 57.015,62
5		\$ 60.428,02	\$ 117.443,64

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = a + ((b - c) / d)$$

A =	3
-----	---

B =	\$ 48.183,57
-----	--------------

C =	\$ 41.582,52
-----	--------------

D =	\$ 15.433,10
-----	--------------

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = 3 + (\$ 48.183,57 - \$ 41.582,52) / \$ 15.433,10)$$

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = 3,4277$$

Para el cálculo más exacto se transformará 0,4277 años a días a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0,4277	5,13

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 5 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

4.9.5. RESUMEN DE INDICADORES

Tabla N° 15:
Resumen de indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN	\$ 42.244,90
TIR	28,67%.
R. B/C	1,88
PRI	3 años 5 meses

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

4.10. TOP DOWN DE PRECIOS

Tabla N° 16:
Top down

Rubro	Alhajero	Portarretrato	Nombres
Costo	\$ 3,00	\$ 2,00	\$ 3,50
Utilidad	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Precio FOB	\$ 4,50	\$ 3,50	\$ 5,00
Flete	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25
Seguro 3% fob	\$ 0,14	\$ 0,11	\$ 0,15
Precio CIF	\$ 4,89	\$ 3,86	\$ 5,40

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Danny F. Maldonado CH

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. CONCLUSIONES.

- Se analizó la institución y se determinó que posee una administración financiera organizada y acorde a la legislación vigente, para lo que es exclusivamente la actividad artesanal y que la capacidad de producción es de 12.480 unidades cada 6 meses, las cuales están acorde a las demandas del mercado.
- Dentro de los parámetros internacionales, existen experiencias anteriores en la exportación de productos artesanales, por lo que es factible realizar algún tipo de exportación de los productos artesanales de la institución, siempre y en cuanto cumplan con los requisitos legales pertinentes y continúen con la producción ordenada.
- Se ha podido conocer la demanda existente de productos artesanales de madera hacia los Estados Unidos de Norteamérica, por un valor de USD 233.000, según los datos obtenidos. (Proecuador, 2013)

5.2. RECOMENDACIONES.

- Es posible realizar operaciones con el mercado exterior y obtener rentabilidad positiva, con las actividades productivas de la institución.
- Realizar los trámites legales pertinentes, para cumplir con los parámetros internacionales en lo que respecta a operaciones del International Commercial Terms (INCOTERMS).
- Continuar con las investigaciones en relación a la oferta de productos artesanales en los países del Continente Americano, para continuar con las operaciones comerciales en beneficio de las instituciones y sumar así, nuevos productos de industria ecuatoriana.

BIBLIOGRAFÍA

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR. S.N.C. (2007). "Guía Básica del Exportador". México. Bancomext.

DERESKY, H. (2007). "International Management". Estado Unidos. New York: Editorial Prenüce Hall. Sexta edición. P.22.

MORALES TRONCOSO, C. (2000). PLAN DE EXPORTACIÓN: Lleve sus productos a todo el mundo". Ciudad de México, 1era Edición, p.22.: Editores Unidos.

RONCANCIO, P. E. (1999). Artesanía. Obtenido de <http://ftp.unipamplona.edu.co>

SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR (SENAE). (s.f.). <http://www.aduana.gov.ec>

THOMPSON, I. (s.f.). Promonegocios.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net>

UNESCO. (1999). Guía metodológica para la captación de información sobre la artesanía. París.

SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R. (2004) "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Ed. McGraw-Hill; Bogotá.

LÓPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.

GAVA, L.; E. ROPERO; G. SERNA y A. UBIERNA (2008), Dirección Financiera: Decisiones de Inversión, Editorial Delta.

BREALEY, MYERS Y ALLEN (2006), Principios de Finanzas Corporativas, 8ª Edición, Editorial Mc Graw Hill.

ROCA, FLORENCIA (2011). Finanzas para Emprendedores. Amazon Kindle Publishing.

SITIOS WEB

- 1) WWW.ADUANA.GOB.EC
- 2) WWW.BANCOCENTRALDELECUADOR.COM
- 3) WWW.CORPEL.COM
- 4) WWW.MICIP.COM
- 5) WWW.SPANISH.ECUADOR.USEMBASSY.GOV
- 6) WWW.SRI.COM